

CİNER GRUBUNUN EKONOMİ POLİTİK YAPISI*

Prof. Dr. N. Tülay ŞEKER**

Bünyamin UZUN***

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 21.09.2018

Kabul Tarihi: 29.11.2018

Özet

Türkiye’de gazetecilik Avrupa’ya kıyasla daha geç başlamış ancak Avrupa ve bütün dünyada 20. yüzyılda yaşanan değişimlere ayak uydurmuştur. Bu değişimler daha çok basının ekonomi politik anlamda sahipliği noktasında önemli olmuştur. 1980 yılında yayınlanan 24 Ocak Ekonomik İstikrar Programı, Türkiye’de basının yaşadığı değişimin başlangıç noktasını oluşturmuştur. Özellikle 1980’li yıllarda ekonomideki liberalleşme hareketleriyle birlikte basın dışı sermaye, alana giriş yapmıştır. Ticari televizyonların yayın hayatına girmesiyle birlikte “medya” konumuna geçen Türk basını, büyük holdinglerin ilgisini çekmeye başlamıştır. 1980’li yıllarda başlayan bu süreç bugün Türk basınına neredeyse tamamı büyük holdinglerin kontrolünde olan bir yapı haline getirmiştir.

1980 sonrası Türk basınının ekonomi politik yapısını inceleyen bu çalışma, Ciner Yayın Holding’i ele almaktadır. Ciner Yayın Holding, Ciner Grubu bünyesinde yer alan birçok iş kolundan sadece birisidir. Çalışma aslında iki ayrı medya grubunu incelemektedir. Bu durum Ciner Grubu’nun sahipliğinde olan medya organlarının değişmesinden kaynaklanmaktadır.

Ciner Grubu, 2000 yılında Sabah Yayıncılık A.Ş.’ye %50 ortak olarak medyaya girmiştir. Bir anlamda Aydın Doğan’ın Milliyet’i satın almasıyla başlayan basın dışı patronların son halkası Turgay Ciner olmuştur. Türk medyasının büyük medya grupları içerisinde yer alan Sabah Grubu, gazeteci kökenli bir patronundan bir holding patronuna aktarılmış ve Türk medyasının holdingleşmesi tamamlanmıştır. Sabah-ATV’nin eski patronu Dinç Bilgin’in Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na (TMSF) Turgay Ciner ile ortak olduğunu gösteren belgeler sunması sonrası TMSF Ciner’in Merkez Medya Holding’ine el koydu. Daha sonra Ciner Grubu ve TMSF arasında yapılan anlaşma ile bazı medya organları Ciner Grubu’na iade edildi. Ciner Grubu, gazeteci Ufuk Güldemir’in kurduğu HaberTürk markasını satın alarak medya alanında var olmayı sürdürmüştür. Bu çalışma Ciner Yayın Holding’i Sabah-ATV dönemi ve Haber Türk dönemi olarak iki ayrı başlık altında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Ekonomi Politik, Medya, Herman ve Chomsky*

THE ECONOMY POLITICAL STRUCTURE OF CİNER GROUP

Abstract

The journalism in Turkey began lately as compared to Europe, however, Turkey kept up with all the changes which occurred in all over the world in the 20th century. Those changes are mostly important in terms of economic and political possession of press. The January Economic Stability Programme which published in 1980, has been the starting point of the changes that Turkish press lived. Especially, in 1980s with the movement of economic liberalization the capital which is not related to press took place in the field. With the beginning of commercial channels to broadcasting life, Turkish Press which turned into Media attracted big companies.

This study, which examines the economic political structure of Turkish Press after 1980, took Ciner Group as sample. Ciner Publication Holding is one of the branch of industries within the Ciner Group. Actually, this study examined two different media group. This situation is because of the change of media organs of Ciner Group.

Ciner Group started its media life with the purchase of Sabah Publication Incorporated Company (IC). The last chain of non-press related bosses, which started when Aydın Doğan purchased Milliyet, was Turgay Ciner. Sabah Group, which is one of the big media groups of Turkish Media, passed from journalism related boss to non-press related boss and the conglomerate of Turkish Media has been completed. After Dinç Bilgin, who is ex-owner of Sabah-Atv, presented documents which are proof of the partnership of Dinç

* Bu Çalışma Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalında 2017 yılında kabul edilen yüksek lisans tezinin özeti'dir.

** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, tulayseker@akdeniz.edu.tr

*** Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Doktora öğrencisi bunyaminuzun@anadolu.edu.tr

Bilgin and Turgay Ciner to Saving Deposit Insurance Fund (SDIF) , SDIF confiscated to central media holding of Ciner Group. After that, with the agreement between Ciner Group and SDIF some media organs handed back to Ciner Group. Ciner Group, survived in media field by purchasing HaberTurk which is founded by journalist Ufuk Güldemir. This study examined Ciner Group by dividing it into two sub-groups which are Sabah-ATV and Haber Turk.

Keywords: *Economy Politics, Media, Herman and Chomsky*

Giriş

Basın-medya insanların haber ve bilgi alma ihtiyacından doğmuş bir iş koludur. Teknolojik gelişmeler ve küresel ekonomi politikaları medyayı basit bir iş alanı olmaktan çıkartmıştır. Medya büyük sermayedarların kontrolünde şirketler haline gelmiştir. Buradan hareketle eleştirel yaklaşımlar, medyanın yansız bir şekilde haber ve bilgi aktarmaktan çok uzak olduğunu savunur. Medyanın Ekonomi Politik yapısı haberlerin oluşum aşamasına etki eder. Çalışmada detaylı bir şekilde ele alınan “Rıza İmalatı” kavramı çerçevesinde de görüleceği gibi medya içerikleri propaganda yoluyla farklı hegemonyam merkezlerinin ideolojileri için rıza üretmeyi amaçlar. Bu anlamda egemen yapılar medyada neyin yer alıp neyin yer almayacağına karar vererek medyayı ve halkı yönlendirir. Medyanın Ekonomi Politik yapısı geniş bir yelpazede kabul görmüş ve üzerinde çalışma alanı bulmuş bir kuramdır. Bu çalışmada Herman ve Chomsky’nin Araçsal Ekonomi Politik çerçevesinde ele aldıkları Propaganda modeli temel alındı.

Bu çalışmada, 1980 sonrası Türk medyasında yaşanan Ekonomi Politik değişim ve dönüşüm Ciner Grubu üzerinden incelenmiştir. Çalışma medyada çok sesliliğin olmadığı, medyada var olan birçok basın yayın organlarının sınırlı sayıda girişimcinin kontrolünde olduğu ve klasik basın sahipliğinin yok olduğu gibi varsayımlardan yola çıkmıştır. Ciner Grubu ülkemizdeki önemli iki ayrı medya grubuna sahiplik yapmıştır ve bu iki grubu da gazeteci kökenli patronlardan satın almıştır. Bir anlamda Ciner Grubu Türk medyasının holdingleşmesi ve Ekonomi Politik değişim ve dönüşüm yaşamasında etkin bir rol oynamıştır.

Çalışma dört bölüm olarak hazırlanmıştır. Birinci bölümde Ekonomi Politik (Araçsal Ekonomi Politik yaklaşım) çerçevesinde medya sahiplik yapısının medya içeriklerine etkisi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde 24 Ocak kararlarıyla başlayan liberal ekonomi politikaları ve bu politikaların medyaya yansımaları ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ülke medyasında hakim konumda olan medya grupları (makalenin sonuna tablo olarak eklenmiştir) ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise çalışmanın inceleme konusu olan Ciner Grubu’nun medyadaki serüveni, gazete haberleri, köşe yazılarının incelenmesi ve derinlemesine mülakat gerçekleştirilerek incelenmiştir.

1. Ekonomi Politik Yaklaşım, Araçsal Ekonomi Politik Yaklaşım

Ekonomi Politik, en genel anlamda insanların varlıklarını sürdürebilmek için gereken araçların üretim ve değişimini inceleyen bilimdir. Ekonomi Politik, temel anlamda tarihsel ve sınıfsaldır. Çünkü üretim tarihsel dönemlerde farklılık göstermektedir. Ekonomi Politik, bu anlamda üretimin örgütlenme tarzını inceler. Hükümetler ve şirketler sermaye birikiminin mantığına uygun olarak örgütlenmiş iki üretim tarzını oluşturmaktadır: Özel girişim ve kamu teşebbüsü. Ekonomi Politik bunların konumuna, uluslararası pazar payına, pazarın tekelleşme durumuna bakar (Kellner, 2008: 151).

Kapitalist üretimi ve bölüşümü inceleyen Ekonomi Politik terimi ilk olarak Antoine de Mpnch-retien’in 1615 yılında ulusun durumu üzerine yazdığı ve XII. Louis’ye sunduğu bir raporda kullanılmıştır. Ekonomi kelime olarak “evin içindeki düzen” anlamına gelmektedir. Politika ise ulusun yönetimine ilişkin her şeyi anlatır. Bu tanımlamaya göre

Ekonomi Politik, bir ulusun yürürlükte olan düzeni ve ilkelerinin incelenmesi anlamına gelir (Barjonet, 1967: 7).

Ekonomi Politik, bir bilim olarak 17. yüzyılda ortaya çıkmış ve bilim olma vasfını 18. yüzyılda kazanmıştır. Ekonomi Politğin bilim olması noktasında Adam Ferguson ve Adam Smith'in çalışmaları önemlidir. Ekonomi Politik, kapitalizm ve sanayi devrimi sonrasında toplumun zenginleşmesini açıklamak için kullanılmıştır. Bir anlamda Ekonomi Politik kapitalist toplumu incelemeye ve anlamaya çalışan bir bilim dalıdır. Bu anlamda kapitalist toplumu anlamak adına çağdaş burjuvazi toplumunu tahlil eder ve kapitalist üretim ilişkilerine odaklanır (Garnham, 2008: 117-118).

Ekonomi Politik, genel anlamda kapitalist üretimi ve bölüşümü inceler. Bu anlamda gerçekleşen üretimin ve bölüşümün iletişim alanına uygulanması medyanın ekonomi politiği çalışmalarının odak noktasını oluşturmaktadır (Fung, 2006: 44). Medyanın Ekonomi Politği hem egemen yaklaşımlar (liberal ekonomi politik) hem de eleştirel yaklaşımlar (eleştirel ekonomi politik) çerçevesinde ele alınmıştır. Ekonomi Politik Yaklaşımına eleştirel perspektiften yapılan çalışmalar, egemen yaklaşımlar çerçevesinde yapılan ekonomi politik çözümlere eleştiri getirmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım Marksizm'den beslenmektedir. Eleştirel (Marksist) ekonomi politik yaklaşım, içerisinde araçsal ekonomi politik yaklaşım ve yapısalcı yaklaşımı da barındırmaktadır (Güngör, 2013).

Ekonomi Politik yaklaşım içerisinde oluşan bu iki farklı perspektifin ortaya koyduğu savunuları değerlendiren Golding ve Murdock (2014: 53-54)'a göre liberal ekonomi politikçilerin tezi izleyici/okuyucuyu tüketici haline getirmektedir. Çünkü Liberal Ekonomi Politik teorinin tezi, serbest pazar imkânı ve pazarda seçeneğin artmasıdır. Pazarda rekabet ortamı oluşturmak adına hükümetler özelleştirme uygulamalarına gitmekte ya da liberal ekonomi felsefesine uygun yasal düzenlemeleri yaparak pazarı genişletmekte ve böylece izleyici/okuyucuya "seçme özgürlüğü"nü sağlamaktadırlar. Yazarlar bu noktada Eleştirel Ekonomi Politğin görüşünü şu şekilde ele alırlar: "Eleştirel ekonomi politik özellikle iletişimsel etkinliğin, maddi ve simgesel kaynakların eşit olmayan paylaşımı tarafından yapılandırılma tarzıyla ilgilenir."

Eleştirel Ekonomi Politik, Marksist düşünceye sahip ekonomi politikçiler tarafından ortaya konulmakta ve özgürlük, serbest rekabet ve eşitlik gibi söylemlerle gelen eşitsizliği sorunsallaştırmaktadır. Medyayı elinde bulduran sermaye sahiplerinin iktidarla birlikte hareket ederek kapitalist sisteme entegre bir şekilde medyayı yönlendirmesi, toplum yararı gözetmeksizin yayın yapılması eleştirel ekonomi politikçilerin temel eleştiri noktasını oluşturmaktadır (Güngör, 2013: 135).

Eleştirel Ekonomi Politik yaklaşıma göre toplumsal bilinç, bireyler tarafından değil yönetici sınıf tarafından oluşturulur. Shoemaker ve Reese (2014: 106)'da toplumsal bilinç ve ideolojinin, altyapının ürettiği bir üstyapı olduğunu belirtirler. Marksist anlayışın altyapı/üstyapı metaforuna gönderme yaparak medya ürünlerinin alt yapının yararına olan birer üstyapı ürünü olduklarını açıklarlar ve medyanın temel rolünü, "...Medyanın rolü, medyaya sahip olan ve onu denetleyen sınıfın çıkarlarını yanlış bilinç üretimi aracılığıyla meşrulaştırmaktır" şeklinde tanımlarlar. Bu noktada medyanın ekonomi politiği önemli hale gelir. Medyayı elinde bulduran kesim, bilinci üreterek kendi çıkarları doğrultusunda hareket eder. Burada sorun haline getirilen, medyayı elinde tutan sermayelerin kendi çıkarlarını meşrulaştırması ve bunu kamusal yarar maskesi altında gerçekleştirmesidir. Bir diğer nokta ise kitle iletişim araçlarının kârı temel alan yapılar olsa bile diğer ürünlere göre

önemli olmasıdır. Çünkü kitle iletişim araçlarının ürünleri insanların bilincine etki etmektedir (Güngör, 2013: 136).

Eleştirel Ekonomi Politik, Öztekin (2008: 132-133)'e göre “Medya kurumlarının örgütlenme biçimi, medya ürünlerinin üretim biçimi ve üretim koşullarıyla ilgilenmektedir. Haber kuruluşlarının mülkiyet yapılanmaları, bu bağlamda ekonomik kaygıları, çıkarları üretim sürecindeki temel belirleyicidir.” Kârın artırılması medya sahiplerince istenilir ve bu doğrultuda medya içeriklerinin kendi çıkarları bağlamında olmasını istemektedirler. Medya ürünlerinin içeriklerine müdahaleler ‘Genel Yayın Politikası’ adı altında kurumsallaşmış imajı verilerek gerçekleştirilmektedir. Medya çalışanları bu ilkelere bağlı olarak patronuna kazandırmak durumundadır (Öztekin, 2008: 133). Medyanın Ekonomi Politikası, temelde medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini incelemekle birlikte medyanın endüstrileştirilmesi ve diğer endüstrilerle ilişkisinin ticarileşmesini (kâr elde etmenin temel amaç olması), tekelleştirilmesini, uluslararası bir yapı kazandırılmasını, yani kapitalist sisteme entegre edilmesini inceler (Aras, 2008: 11).

Medya ve iktidar ilişkileri her zaman tartışma konusu olmuştur. Temel düşünce ise, medya ve iktidarın yakınlaşmasının iktidarın yararına olduğudur. Ancak bu yakınlaşmadan sadece iktidar karlı çıkmamakta, medya da karlı çıkmaktadır. Bu durum beraberinde birçok maddi desteği, farklı alanlara giriş için birçok kapıyı, bunun yanı sıra içeriklere (medya ürünleri haber vs.) medyanın kolay erişimini getirmektedir. Medya içerikleri genelde devlet bürokrasisinden beslenmektedir, çünkü rutin haberlerin büyük bir kısmı resmi kanallarla haber olur ya da medyanın gündemine düşer. İktidara yakın olan medya kuruluşları, bu yolla birçok haberi bir sorun (akreditasyon sorunu vb.) yaşamadan takip edebilmektedirler (Güngör, 2013: 143).

Birer meta olarak üretilen medya ürünlerinin üreticisine kâr ve birikim getirdiği kabul görmüştür. Ancak Sönmez (2014: 87-88)'e göre medya kapitalist sahipler için sadece kâr getirmemekte, bunun yanında ekonomik olmayan bir getiride bulunmaktadır. Medya ekonomik anlamda üretim yapan bir sektör hatta bir endüstri konumuna gelirken ideolojik yeniden üretim ile birlikte sahibine ya da kontrolünü elinde bulunduranlara ekonomi dışı getiriler sağlar. Bu getirilerden bir tanesi daha çok nüfuz sahibi olma noktasında gerçekleşir ve herhangi bir meta satışından elde edilecek getirinin üstünde bir kazançtır. Öyle ki bu getiri için hiçbir kâr beklemezsizin medya alanına yatırım yapılabilir hatta medya yatırımının zararı bile göze alınabilir. Dolayısıyla medya alanına yatırım yapan girişimcileri ekonomik perspektiften bakarak anlamaya çalışmak eksik bir çözümlenmeyi beraberinde getirmektedir. Kar-zarar veya arz-talep durumuna göre değerlendirmek tamamen ekonomik bir değerlendirme olurken medya bunların üzerinde bir ideolojik yeniden üretim ve kültür endüstrisi sağlamakta hatta daha önemlisi sağladığı nüfuz ile çok daha farklı bir konuma gelmektedir.

Eleştirel Ekonomi Politik yaklaşımın bir kolu olan Araçsal yaklaşım, eleştirel perspektiften yapılan diğer Ekonomi Politik yaklaşımlara benzer şekilde medyayı kapitalist sınıfın kontrolünde bir araç olarak ele alır. Araçsalcılara göre medya kapitalist sınıfın kontrolünde ve onların çıkarları doğrultusunda hareket eden bir yapıya sahiptir. Araçsalcılar medyanın mülkiyetine odaklanırlar. Bu odaklanma genel anlamda sermayenin yapısı ve bu sermayenin medya içerisindeki konumu sorgulanarak gerçekleştirilir (Fung, 2006: 33).

Medyanın Ekonomi Politikasını Araçsal Yaklaşım çerçevesinde ele alan Herman ve Chomsky de medyanın diğer işlevlerinin yanı sıra, kendisini denetleyen ya da mülkiyetine sahip olan kişi veya kurumların çıkarları doğrultusunda yayın yaptıklarını belirtir.

Yazarlara göre bu durum propaganda ile sağlanırken, çıkar sahiplerinin önemli gündemleri medya gündeminde tutularak bir anlamda istenilen amaç elde edilmeye çalışılır (Herman ve Chomsky, 2006).

Edward Herman ve Noam Chomsky ekonomi politik kuramın en bilinen iki araştırmacısıdır ve onlarla özdeşleşen propaganda modeli, araçsal ekonomi politik yaklaşımın çerçevesini oluşturmak adına oldukça önemlidir. Temelde diğer medya kuramcıları gibi onlar da medyanın belirli bir seçkin gruba hizmet ettiği varsayımından hareket ederler. Ancak en belirgin farkları medyanın devletin denetiminde olduğu kadar, sermayenin de denetiminde olduğunu savunurlar. Devletin kontrolünde olan medya organlarında kontrol ve denetim daha belirgin olurken, özel sermaye kontrolündeki medya organlarında da kontrol ve denetimin olduğu savunusu vardır. Burada resmi sansür ve otosansürün varlığı savunun merkezini oluşturur (Shoemaker ve Reese, 2014: 110).

Rıza İmalatı kavramı Herman ve Chomsky'nin propaganda modeli ile özdeşleşmiş olsa da çok daha eski bir kavramdır. 'Rıza İmalatı' kavramını ilk kullanan Amerikalı gazeteci ve araştırmacı Walter Lipmann olmuştur. Lipmann 'Rıza İmalatı' adını verdiği süreçte propaganda özel bir öneme sahiptir. Propagandanın önemi kamuoyu ve toplumsal politikalar üzerine çalışan araştırmacılar tarafından da kabul görmüştür. Lipmann'ın 'Rıza İmalatı' kavramı ve propagandanın önemi, 1920'li yıllardan sonra düzenli olarak artmıştır. Propaganda hükümetlere veya topluma bir şeyler kabul ettirmek isteyenler tarafından başvurulan bir organ halini almıştır. Kitle medyasının tek işlevi bu olmamakla birlikte propaganda önemli bir konumdadır (Herman ve Chomsky, 1999: 10-11).

Edward Herman ve Noam Chomsky'nin araçsal ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde ele aldıkları propaganda modeli medyanın neyi haber yapacağı noktasında bazı haber eleme süzgeçlerini kullandığını belirtirler. Çalışmada detaylı olarak açıklanacak olan bu süzgeçler;

- 1) Kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyeti ve kar yönelimli oluşu:
- 2) İş yapmak için reklam verenler süzgeci,
- 3) Medyanın haber kaynakları süzgeci,
- 4) Tepki ve yaptırımcı kurumlar süzgeci ve
- 5) Bir denetim mekanizması olarak anti-komünizm süzgecidir (Herman ve Chomsky, 2006: 72).

Kitle Medyasının Büyüklüğü, Mülkiyet ve Kar Yönelimli Oluşu: Kitle medyası ilk döneminden itibaren belirli bir sermaye ortaya koyarak oluşmuştur. Zamanla medya sahibi olmak çok büyük paralar gerektirmeye başlamıştır. 1800'lü yılların ilk yarısında İngiltere'de bir gazete çıkartmak için bin sterlin yeterli olurken 1900'lü yılların başlarında 250 bin sterlin gerekmekteydi. Bugün ise çok daha büyük paralar gerekmekte ve doğal olarak medya holdinglerin kontrolüne girmektedir (Herman ve Chomsky, 2006: 74).

İş Yapmak İçin Reklamcılık Ruhsatı: Serbest piyasa ekonomilerinde Herman ve Chomsky (2006: 84)'e göre reklam verenler medya alanında bir anlamda ruhsat verenlerdir. Çünkü medya reklam gelirleri ile büyük oranda ayakta kalmaktadır. Reklamlar kitle medyasının oluşmasındaki temel taşlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü reklam gelirleri ile medya maliyetlerini düşürüp herkesin alabileceği bir mecra halini almıştır.

Kitle Medyasının Haber Kaynakları: Medya kuruluşları en az giderle en çok işi yapmayı prensip haline getirmiştir. Giderleri azaltmak için yapılması gereken ilk şey medya ürünlerinin ana kaynağı olan haber girdilerini azaltmak gerekir, bunun için medya kuruluşları en kısa ve kolay yoldan haber elde edecekleri şeylere yönelirler (Herman ve Chomsky, 1999: 59). Medya tam bu noktada haber kaynakları bağlamında devlet ve şirketlere bağımlıdır. Birçok rutin haber hükümet ve şirketlerden çıkar ve bu haberler hükümet ve şirket çalışanları tarafından (özellikle halkla ilişkiler birimlerince) basına servis edilir. Tam bu noktada medya onların görüşlerini servis eder ya da aktarır hale gelir (Shoemaker ve Reese, 2014: 111).

Tepki Üretimi ve Zorlayıcılar: Bu süzgeç bir anlamda olumsuz eleştiri merkezlerine bir gönderme yapar. Bu olumsuz eleştiriciler de görüşlerini aktarmak için medyaya ihtiyaç duyarlar. Bir anlamda üçüncü süzgecin işlevini de gerçekleştirip, medyaya kaynak sağlarlar. Olumsuz eleştiriciler zorla yaptırarak, bir anlamda ideolojik bir işlev görmekte, medyayı sindirme, yola getirme gibi bir amaca hizmet etmektedirler. Bu tarz yapılanmalar daha çok sermaye sahipleri, vakıf, dernek gibi toplumsal bir kalabalığa sahip yaptırım gücü olabilecek yapılardan oluşmaktadır (Shoemaker ve Reese, 2014: 111).

Bir Denetim Mekanizması Olarak Anti-Komünizm: Son süzgeç anti-komünizmdir. Komünizm sermaye tarafından bütün problemlerin başı olarak algılanmakta ve o şekilde algılatılmaktadır. Bunun altında yatan temel neden ise, komünizmin kapitalist ekonomik düzeni tehdit etmesidir. Anti-komünizm süzgeci ayrıca siyasal anlamda da bir denetim mekanizması olarak düşünülebilir. İşçi hareketleri ya da sosyalist akımdan beslenen bütün hareketler hedef olarak gösterilip toplum bir anlamda ideolojik olarak istenilen düşünceye sevk edilir (Herman ve Chomsky, 2006: 99).

Medya bir haber yaparken yukarıda ele alınan beş haber eleme süzgecini göz önüne alarak haber yapar. Haber yapılırken medyanın patronu gözetilerek haber yapılır ya da haber patronu koruyacak şekilde kurgulanır. Yine aynı şekilde bir haber yapılırken, medyanın en önemli gelir kaynağı olan reklam verenler gözetilerek haber kurgulanır. Çünkü reklam verenleri küstürecek bir haber kurumun gelir kalemlerinde azalmaya neden olacaktır. Bu sadece haberle sınırlı düşünülmemeli, elbette medya içerisinde yer alan her türlü yayın bu süzgeçlerden geçerek ekranlarımıza ya da sayfalarımıza düşmektedir (Güngör, 2013: 141).

1.1.24 Ocak Kararları, Neo-Liberal Ekonomi Politikalarına Geçiş ve Basına Yansımaları

Türkiye Birinci Dünya Savaşı sonrası verdiği kurtuluş mücadelesi ve Osmanlıdan miras aldığı ekonomik ve siyasal durumun bir sonucu olarak daha çok korumacı bir ekonomi politikasını tercih etmiştir. Bakıldığında liberal sisteme yakın ancak liberal olmayan, sosyalist sisteme benzeyen ama sosyalist olmayan Türk devletçilik sistemi ekonomi politikası olarak benimsendi. Özel mülkiyetin olduğu bu sistemde büyük yatırımlar devlet tarafından gerçekleştirilmekteydi. İthalatın sınırlandırılması iç yatırımları zorunlu kılıyor, bir anlamda yapılan yatırımlara pazar imkânı da sunuluyordu. Bu ekonomi politikaları belirli dönemlerde değişiklikler yaşasa da 1950'li yıllara kadar temel ekonomi politikası oldu (Zürcher, 2013: 287-295).

Türkiye'nin korumacı ekonomi politikaları küçük çaplı esnemelere rağmen 1980 yılına kadar uygulandı. Bir anlamda 1980 yılına kadar uygulanan korumacı ekonomi politikaları Türkiye'nin ekonomik anlamda dışa açılmasının önüne engel teşkil ederken dışarının ekonomik anlamda ülkeye girişi de kotalar konularak sınırlandırılıyordu. İthalata yönelik sınırlamalar uygulanırken ithal edilen ürünler üzerinden yüksek vergiler alınıyor ve

iç üretimin tercih edilmesi sağlanmaya çalışılıyordu. İç üretimi gerçekleştiren kurumların büyük bir çoğunluğunu Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT) oluşturuyordu. Türkiye'nin büyük değişiminin arifesinde ekonomik tablo kabaca, devletin kontrolünde, neredeyse kapalı bir pazar yapısı içinde ve tüketimin ihtiyaç için yapıldığı, henüz “tüketim kültürü” olgusunun oluşmadığı bir görüntüdeydi (Zürcher, 2013: 382-385).

24 Ocak kararlarının alınması ve devam eden süreç Türkiye’de ekonomik ve sosyal anlamda köklü değişikliklerin başlangıç noktası olmuştur. O günden itibaren Türkiye ithal ikameci ekonomi politikalarını terk ederek, küresel pazara entegre olma yolunda adımlar atmıştır. Deregülasyon uygulamaları ile devletin ekonomik alandaki konumu değişirken, devlet daha çok ekonomik alanda düzenleyici olarak varlık gösteren bir konuma geçmiştir. Sonuç itibarıyla Türkiye içe kapanık tüketim için üretim yapan bir ekonomik sistemden kapitalizmin tüm gereklerini yerine getiren küresel bir ekonomi pazarına giriş yapmıştır (Adaklı, 2006: 138-142).

Türkiye sanayisinin ve ekonomisinin devlet destekli, korumacı ekonomi sistemi olması Türk ekonomisini birçok kez krize sokmuş ancak bunların en belirginini 1970’li yılların sonlarında ortaya çıkaran olmuştur. 24 Ocak tarihine kadar uygulanan ekonomi politikaları, hem uygulamadan hem de dünya konjonktüründen kaynaklanan nedenlerle yaşadığı bu sorunları aşmak için iktidar 24 Ocak’ta alınan kararları bir kurtuluş olarak görmüştür. Batıya uygun ekonomi politikalarının batıdan kredi ve diğer desteklerin alınmasında yardımcı olacağı düşüncesi, 24 Ocak kararlarının alınmasındaki ekonomik nedenler olarak yer almıştır (Boral, 2009: 323). Türkiye’yi dış dünyaya açacak ekonomik istikrar programları IMF ve Dünya Bankası gibi kurumların önerileri dikkate alınarak, 24 Ocak Ekonomik İstikrar Programı kabul edilmiştir. Bu kararların uygulanması ve kabul görmesi ekonomik sistemde büyük çaplı bir değişimi öngörüyor olmasına bağlıdır. 24 Ocak kararlarının kalıcı bir etki yapmasındaki bir diğer etken de elbette 12 Eylül askeri darbesi olmuştur. 12 Eylül’ün önemini en iyi vurgulayan 24 Ocak kararlarının mimarı ve uygulayıcısı, kararlar alındığı dönemde Başbakanlık Müsteşarı, darbe sonrası askeri yönetimin Ekonomiden Sorumlu Bakanı ve sivil hayata geçiş döneminin Başbakanı olan Turgut Özal olmuştur. Özal bir konuşmasında “12 Eylül olmasaydı, 24 Ocak kararları başarılı olmazdı” demiştir (Demir, 2013: 13). Bir anlamda 24 Ocak kararları toplumsal yaşamdaki hak ve özgürlüklerin tasfiyesini, arka plana itilmesini zorunlu kılmış, bu durum güç kullanma gereğini ortaya çıkartmıştır. Demokratik bir sistem güç kullanmaya müsait bir sistem olmazken, otoriter sistemler gücü elinde bulduranın istediği gibi güç kullanmasına olanak sağlaması dolayısıyla, askeri sistemi (12 Eylül’ü) zorunlu kılmıştır. 24 Ocak kararlarıyla başlayan yeni ekonomik politikalar, demokratik bir sistemde olduğu gibi toplumun çoğunluğundan onay almaksızın uygulanma olanağı bulmuş, bir anlamda askeri yönetim kullandığı güç ile “toplumun rızasını” elde etmiş, yani muhalefetle karşılaşmamıştır. Askeri güç karşısında yer alan muhalefeti elinde tuttuğu güç ile yok ederken kendisini destekleyen bir kitleyi de oluşturmuş, basından siyasete, işadamlarından sendikalara varasıya kadar her kesimden politikalarına destek veren gruplar oluşturmuştur (Adaklı, 2006: 144).

Neo-liberal ekonomi politikalarının birçok alanda olduğu gibi bu çalışmanın konusu olan basın alanında da önemli etkileri olmuştur. Neo-liberal politikaların ilk etkisi mülkiyetin kontrolü noktasında olurken basının sermaye yapısı değişmeye başlayıp basın diğer sektörlerle birleşerek holdingleşmeye başlamıştır. ABD’de en başından beri uygulanmakta olan özel girişimcilik, radyo ve televizyon alanının özel girişime açık olması 1980 sonrasında bütün Avrupa ve Türkiye’yi etkisi altına almıştır. Bu durum özelleştirme uygulamaları ile yapılırken devlet sektörden çekilerek sadece altyapı hizmetlerini sağlayan

konuma geçmiştir. Özelleştirme uygulamaları ile daha cazip bir sektör alanına dönüşen basın, sermayesini ticaret, sanayi, finans ve müteahhitlik alanlarında biriktiren işadamlarının özelleştirme ihalelerinde kalkını olmuştur (Aras, 2008: 2; Adaklı, 2006: 55).

1980 yılının Türkiye için birçok büyük değişimlerin yaşandığı yıl olduğu kabul görmüş bir gerçektir. Elbette bu büyük değişimin iki mimarı vardı; 24 Ocak ve 12 Eylül. Bu dönem öncesi birçok alanda olduğu gibi basın alanında da büyük değişimler yaşanmıştır. 24 Ocak ve 12 Eylül öncesi basının durumunu değerlendiren Sönmez (2014: 91)'e göre basın 80 öncesinde çok fazla endüstrileşmemiş, gazete patronları meslek içinden gelen, gazeteler için reklam ve ilanların bu kadar önemli olmadığı, satış ile kendini idame ettirebilen bir gazetecilik vardı. Reklam ve ilanlar o dönemde daha çok devlet tekelinde olan radyo ve televizyonda yayınlanmakta, daha sonra gazete ve dergiye reklam ve ilan gelmekte idi. Medya alanında çalışanlar sendikalı olarak çalışırken, günümüzdeki gibi bir hiyerarşik yapılanma da söz konusu değildi. Medyada bir diğer olumlu nokta ise, gazeteciler 80 sonrasında oranla çok fazla siyasetle iç içe değildi.

1980 yılı ve sonrasında basında yaşanan değişimi Kaya ise şöyle özetlemektedir:

1980'li yıllarla beraber Türkiye'de, her şeyden önce, oldukça yoksul olan medya ortamından nicel olarak gerçekten çok varsıl bir konuma geçilmiştir. Radyo-televizyon alanında kamu tekeli kaldırılmış, medya sektöründeki sermayenin kompozisyonu ve mülkiyet ilişkileri değişmiş, büyük sermaye ile medyanın "füzyonu" tamamlanmıştır. Bu süreçte devlet medya ilişkilerinin hem hukuksal çerçevesi hem de bağıntısal konumu yeniden ve farklı bir biçimde kurulmuştur. Geneli itibarıyla bu değişim dünyadaki egemen eğilimlerle uyumlu olsa da tarihsel koşulların özgünlüklerini, en çok da ekonomik gelişimini tamamlayamamış bir ülkenin özelliklerini içinde barındırmaktadır (Kaya, 2009: 233-234).

24 Ocak kararlarının mimarı Özal, iktidarda bulunduğu yaklaşık 10 yıl boyunca medyanın endüstri olması yolunda önemli adımlar atmış, gerek uygulanan ekonomi politikaları, gerekse alana yatırım yapmaya işadamlarını teşvik ederek âdete bu iş için özel bir çaba sarf etmiştir. Özal'ın medyanın endüstri olması anlamında son hamlesi ise radyo ve televizyon yayıncılığı tekelinin kırılması noktasında olmuş, özel yayın yapılabileceğinin sinyallerini vermiş ve ilk özel yayın yapan kanalın ortaklarından birisi de oğlu olmuştur. Medyada büyük değişimin bir diğer ayağı da 24 Ocak kararlarının hemen ardından yaşanan askeri darbe ve bunun bir sonucu olarak basının özgürlüğünü kaybetmesi, askeri rejimin ağır yaptırımları olmuştur (Kurban ve Sözeri, 2012: 19; Sözeri, 2014: 70).

Basının kar amaçlı bir endüstri olması beraberinde birçok sorunu da getirirken Aksoy (2009: 610)'a göre bu sorunların en belirgin olanı, basının temel işlevi olan haber ve bilgi vermekten uzaklaşıp adeta çıkarların ve karın kollandığı, bunun için bir mücadelenin yapıldığı bir alana dönüşmesidir. Aksoy bu durumu "medya savaşları" olarak adlandırmakta ve bunların ilk örneklerinin 90'lı yılların ortalarında ortaya çıkan promosyon savaşları olduğunu öne sürmektedir.

Basın savaşlarının her dönem yaşandığını düşünen Kaya, (2009: 250) savaşların merkezinin değiştiğini iddia etmektedir. Geçmiş dönemlerde basın alanında yaşanan kavgaların daha çok ideolojik nedenlerden kaynaklandığı görülürken basının endüstrileşip medyaya dönüşmesi sonrası yaşanan kavgalar daha çok grubunun çıkarlarını koruma temeline dayanmaktadır. Medyaya dönüşümle birlikte medya içerikleri ve o içeriklerin yer alma nedenlerinde de değişimler yaşanmıştır.

Türkiye'de işadamlarının basına ilgisi 1950'li yıllara kadar götürülse de basının endüstri olması anlamında işadamlarının basına ilgisi 1980'li yıllar ve sonrasında olmuştur. İş dünyasının basın alanına girmesi, bir gazete sahibi olması yani yatırım yapması öncesinde, en çok okuyucu alan Hürriyet Simavi ailesinin, Milliyet Karacan ailesinin ve

Cumhuriyet Nadi ailesinin kontrolündeydi. Bu üç aileye ek olarak Bilgin ailesi de gazeteci kökenli bir aile idi ve İzmir’de çıkarttıkları bölgesel gazetenin bir benzerini İstanbul’a taşımak ve ulusal gazete çıkartmak isteğiyle Sabah Gazetesi’ni çıkardı. Bu dört aile gazetecilik kökenli ailelerdi ve geleneksel basın sahipliği diye tabir edilen gazeteci patronların olduğu bir yapı söz konusuydu. Simavi ailesinin 1994 yılında Hürriyet’i Doğan Grubuna satması ve Bilgin Grubunun yaşadığı mali kriz sonrası tasfiyesi yeni bir dönemi başlattı. Artık basın sahipliğinin yerini “medya patronluğu” almıştır. Bu evrede alana giriş yapan ilk yatırımcı Aydın Doğan olurken onun dışındaki başlıca gruplar Nadir ve Çavuşoğlu-Kozanoğlu grupları olmuştur (Sönmez, 2012: 16; Kaya, 2009: 246-247).

Türkiye’de günümüzde medyanın durumuna bakıldığında sektör içi ve sektörler arası entegrasyonun sağlandığı, holdinglerin kontrolünde bir medya görmekteyiz. Türk medyasının yapısı Tellan ve Güngör (2009: 343)’e göre medya tekelleri veya basın holdingleri değil, medya sektörü de iş alanlarından biri olan küresel ekonomik sistemle bütünleşmiş oligopol holdingler şeklindedir. Medyanın holdinglerle bütünleşmesi üç ayrı medya sahiplik tipini ortaya çıkartmaktadır. Dikey, Yatay ve Çapraz medya mülkiyeti alanında görülen medya sahiplik yapısı sistemleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dikey Bütünleşme: Eğer bir kuruluş faaliyet gösterdiği iş alanının bütün aşamalarını sağlayabildiği bir yapı kurmuşsa bu dikey bütünleşmedir. Medya alanından bir örnek ile açıklamaya çalışırsak, bir firma gazetenin basımından dağıtımına üretimle alakalı bütün aşamalarını kendisi gerçekleştirebiliyorsa burada bir dikey bütünleşme söz konusudur.

Yatay bütünleşme: Eğer bir işletme faaliyet gösterdiği alandaki diğer iş kollarında da varsa burada bir yatay bütünleşme söz konusudur. Medyadan bir örnekle açıklarsak, bir firmanın gazetesinin yanında dergi sahibi de olması yatay bütünleşmeye örnek teşkil eder.

Çapraz Bütünleşme: Bir firma faaliyet alanının dışında yer alan başka bir iş kolunda da yer alıyorsa burada çapraz bütünleşme vardır. Yine medya alanından bir örnekle açıklarsak, bir firmanın gazetesinin yanında radyo ve televizyon yayıncılığına da girmesi, o firmanın çapraz bütünlüğü sağladığını gösterir.

Medya dışı sermayenin medya alanında yatırım yapmaları belirli amaçlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. Girişimcilerin diğer sektörlerde biriktirdikleri sermayeyi medya alanına aktarmalarının nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

- A) 1. Kitle İletişim araçlarının dördüncü güç olduğu paradigması,
2. Siyasal Çevrelerde itibar veya baskı
3. Toplumsal denetim
- B) 1. Diğer sektörlerdeki riskin azaltılması
2. Kredi alımında ve devlet ihalelerinde nüfuz
- C) 1. Reklam harcaması yapmak yerine gazete çıkartmak veya radyo ve televizyon yayınlamak
2. Pazarlama
3. Para Ticareti (Tuncel, 1994: 37).

2. Ciner Grubu

Bugün Ciner Grubu bünyesinde yaklaşık 10 bin kişiyi istihdam etmektedir. Ciner Grubu, İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından her yıl açıklanan “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayii Kuruluşu” listesinde çeşitli şirketleri ile yer aldığını belirtmektedir. Ciner Grubu faaliyet alanlarını 4 ana gruba ayırmıştır. Bunlar;

- Ciner enerji ve madencilik grubu
- Ciner medya grubu
- Ciner sanayii, ticaret ve hizmetler grubu
- Ciner shipping grubu (<http://www.cinergroup.com.tr>).

Ciner Grubu'nun yatırımları bu dört alanla sınırlı değildir. Turgay Ciner, holding bünyesinde yer alan birçok alana yatırım yapmanın yanı sıra spor alanına da yatırım yapmıştır. Ciner, Süper Lig ekiplerinden Kasımpaşa Spor'u satın aldı. Turgay Ciner daha önce ligin büyük takımlarından Beşiktaş'ın yönetiminde de yer almıştı. Turgay Ciner'in kulübü satın alması sonrası İstinye Park alışveriş merkezinin işletmecisi Zafer Yıldırım kulüp başkanı oldu ve kulüp yönetiminde Ciner'in Beşiktaş'ta eski yönetici olan arkadaşları yer almaktadır (Hürriyet Gazetesi, 23.05.2012).

ALANLAR	ŞİRKETLER
ENERJİ VE MADEN	Park Termik
	Park Teknik
	Eti Soda
	Silopi Elektrik Üretimi
	Park Toptan Elektrik Enerji Satışı
	Konya Ilgın Elektrik
	Kazan Soda Elektrik
TİCARET, SANAYİ VE HİZMETLER	Park Elektrik
	Park Tıp Sağlık
	Eti Hava Taşımacılığı A.Ş.
	Havaş
	Lares Park Hotel
	DENMAR
	Park Sigorta
	Park İnşaat
	Park Cam
	Park Holding
CİNER SHIPPING	Ciner Denizcilik
	Ciner Gemi
	Park Denizcilik

2.1. Ciner Medya Grubu

Ciner Yayın Holding, bünyesinde birçok işletme barındıran Ciner Holding'in bir şirketidir ve medya alanında faaliyet göstermektedir. Ciner Yayın Holding 14 Eylül 2007 tarihinde kuruldu (<http://www.cinergroup.com.tr>). Türk medyasında hakim olan medya gruplarından birisi olarak kabul edilen Ciner Grubu'nun medya sektöründeki serüveni 2007 öncesine dayanmaktadır. Ciner Grubu'nun 2007 öncesindeki medya faaliyetleri Ciner Grubu adı altında değil, Merkez Medya Grubu adı altında gerçekleşmiş ve 2007 yılında TMSF tarafından el konulup satılması sonrası (Turkuvaz Medya Grubu'nun kontrolündeki medya varlıkları) Ciner Grubu, medya alanında varlığını sürdürmek adına Ciner Yayın Holdingi kurmuştur (Kılıçatan, 2011: 195). Bir anlamda bu çalışma iki ayrı medya grubunu içermektedir. Ancak daha önce yapılan bazı çalışmalara konu olması dolayısıyla Merkez Medya bu çalışmada daha az yer alacak ve Ciner Grubu'nun 2007 sonrası medya faaliyetleri daha fazla ön plana çıkartılacaktır.

ALANLAR	ŞİRKETLER
GAZETE	Gazete HaberTürk ¹
DERGİ	HT Hayat, HT Kulüp, HT Emlak, Business HT,
TELEVİZYON	HaberTürk TV, Bloomberg HT, Show TV, Show Max, Show Türk,
RADYO	Habertürk Radyo, Bloomberg HT Radyo,
MATBAA	HaberTürk Gazetecilik ve Matbaacılık ²
YAPIM	C Yapım Filmcilik
İNTERNET	www.haberturk.com , www.bloomberght.com , www.showtv.com (ve diğer şirketlerin internet portalları)

¹ Gazete HaberTürk çalışma kapsamında ele alınmış ancak bu tez tamamlandıktan sonra 5 Temmuz 2018 tarihinde son baskısını yaptı. HaberTürk dijital basında yer alırken basılı gazetecilikten çekildi.

² Bu tezin yazıldığı dönemlerde HaberTürk Gazetecilik ve Matbaacılık adı altında faaliyet gösteren kurum Gazete HaberTürk'ün kapanması sonrası isim değişikliğine gitti ve HaberTürk Matbaacılık olarak faaliyetlerini sürdürdü.

HaberTürk Matbaacılık, farklı yerlerdeki matbaa tesislerinin kurulması, işletilmesi ve gazete, dergi, kitap, broşür ve benzeri ürünlerin basımını yürütmektedir. HaberTürk Matbaacılık en başında Gazete HaberTürk'ü basmak için kurulmuştu ancak gazetenin basılı alandan çekilmesi sonrası farklı kurumlara hizmet sunun bir yapıya kavuşmuştur (<http://www.cinergroup.com.tr>). Gazete HaberTürk 1 Mart 2009 tarihinde yayın hayatına başladı ve farklı basım tekniği, heatset baskı kâğıdı ile basılması nedeniyle oldukça ilgi görmüştür. HaberTürk Gazetesi kendisini en çok satan 3. gazete olarak kabul etmektedir (<http://www.cinergroup.com.tr>). Ancak Nisan 2016 tiraj raporlarına göre, Gazete HaberTürk 200 bin civarında bir satış rakamı ile 5. Sırada yer almaktadır (<http://www.medyatava.com>).

Ciner Grubunun televizyon alanındaki yatırımları daha fazladır. Ciner Grubu 2007 yılının sonlarında Kanal 1 televizyonunun yanına HaberTürk Grubunu ekledi. Gazeteci Ufuk Güldemir'den alınan HaberTürk TV, Radyo ve İnternet portalı, bir anlamda Ciner Medya'nın temel taşı olmuştur. HaberTürk TV tematik haber kanalı olarak yayınlarını sürdürülmektedir. Ciner Yayın Grubunun televizyon alanındaki bir diğer adımı ise Bloomberg ile kurulan ortaklık olmuştur. Bloomberg HT yapılan anlaşma sonrası Türkiye'de Türkçe ekonomi alanında tematik yayın yapmaya başladı. Ciner Yayın Holding'in ilk televizyon kanalı olan Kanal 1, 2010 yılında kapandı ve karasal yayın frekansı HaberTürk TV'ye uydu yayın frekansı ise Bloomberg HT kanalına devredildi (Toruk, 2008: 145; <http://www.cinergroup.com.tr>; <https://tr.wikipedia.org>). Ciner Yayın Holding'in televizyon alanındaki en büyük adımı ise, Show TV kanalının satın alınması ile olmuştur. Çukurova Grubunun mal varlıklarına TMSF tarafından el konuldu ve satışa çıkartıldı. Satışa çıkan mal varlıkları arasında SHOW TV kanalı da yer aldı. SHOW TV Ciner Yayın Grubu tarafından alındı. Satışa dair net bir rakam olmamakla birlikte 400 milyon dolar civarında bir rakama satıldığı iddia edilmektedir (Sözeri, 2015: 13; <http://www.cinergroup.com.tr>; <http://www.tmsf.org.tr>).

3.1.1. Merkez Medya Dönemi

Turgay Ciner'in ve Ciner Grubu'nun medya alanına ilk yatırımı 2000 yılı Ekim ayında gerçekleşti. Ciner, şuan Turkuvaz Grubu bünyesinde yer alan medya organlarına 20 Ekim 2000 tarihinde ortak oldu. O dönemde Bilgin Grubu'nun kontrolünde olan medya organlarına hisse satışı ile Ciner ve Bilgin'in eşit oranda ortak olduğu duyurulmuştur. Ciner'in medyaya girişini Sabah Gazetesi (21.10.2000) "Medyada Dev Ortaklık" başlığı ile duyururken Milliyet Gazetesi (21.10.2000) "Turgay Ciner Sabah'ı Aldı" başlığını kullanmıştır. Sabah'ın haberinde satışla ilgili detaylı bilgiye yer verilmemiştir. Milliyet'in haberine göre Ciner, Sabah Grubu'nun %50 hissesi için 20 trilyon 377.5 milyar lira bedel ödemiştir.

Turgay Ciner medyaya yatırım yaptıktan kısa bir süre sonra ortağı olduğu grup, büyük sıkıntılar yaşamaya başlamıştır. Ciner'in ortağı Dinç Bilgin'in Etibank'ına Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) el koymuştur. Bu işlem sonrası Grup bünyesinde yer alan medya organlarının %10 hissesi TMSF'ye rehin olarak geçmiştir (Milliyet Gazetesi, 30.10.2000).

Etibank'a TMSF'nin el koymasından kısa bir süre sonra Sabah Gazetesi'nin imtiyaz hakkı bedelsiz olarak Bilgin Yayıncılık A.Ş.'den Sabah Yayıncılık A.Ş.'ye devredilmiştir (Cumhuriyet Gazetesi, 30.11.2000; Milliyet Gazetesi, 30.11.2000).

30 Kasım 2000 tarihli Sabah'ta yer alan "Dinç Bilgin'den Kamuoyuna" başlıklı açıklama ile Dinç Bilgin medya alanından tamamen çekildiğini duyurdu. Çukurova Grubu'nun patronu Mehmet Emin Karamehmet, Turkcell'in ortağı Murat Vargı ve Park

Holding'in (Ciner Holding) patronu Turgay Ciner'in kurduğu bir konsorsiyum Bilgin'e ait bütün medya varlıklarını devralmıştır. Bilgin, "...ceketimi alıp gidiyorum" diyerek detaylarını açıkladığı satış işlemi Bilgin'in borçları karşılığında konsorsiyumun kurduğu MTM Haber Yatırım ve Ticaret A. Ş.'ye yapılmıştır (Sabah Gazetesi, 30.11.2000).

MTM Haber Yatırım ve Ticaret A.Ş.'nin Sabah Grubu'ndaki sahipliği uzun sürmedi. İlk olarak Grubun bünyesinde yer alan İzmir'de faaliyet gösteren Yeni Asır Gazetesi'nin 5 Ocak 2001 tarihli sayısında künyeden MTM Haber Yatırım ve Ticaret A. Ş. çıkartılarak yerine Bilgin Yayıncılık A.Ş. getirildi (Hürriyet Gazetesi, 06.01.2001). Bir gün sonra Hürriyet (07.01.2001), Dinç Bilgin'in Sabah Gazetesi ve diğer medya kuruluşlarının başına döneceğini duyurdu. 8 Ocak 2001'de Sabah'ta Dinç Bilgin'in gazeteye döndüğünü duyuran bir ilk sayfa ilan-yazısı yer almıştır. Aynı gün künyede de bir değişim yaşandı ve Sabah Gazetesi'nin İmtiyaz Sahibi Bilgin Yayıncılık A.Ş. adına Dinç Bilgin oldu (Sabah Gazetesi, 08.01.2001).

Yukarıda belirtilen gelişmeler sonrasında bir anlamda Turgay Ciner, Sabah Grubu'nda hisse sahibi olmasına rağmen yaklaşık bir buçuk yıl süre ile medya yönetiminden uzak kalmıştır. Ciner 2002 yılında yeniden medyada yönetici olarak yer almaya başlamıştır. Hürriyet'in 3 Eylül 2002 tarihli sayısında "Sabah'ta Turgay Ciner Dönemi" başlıklı haberde Ciner'in Sabah Grubu'nun yönetimini devraldığı iddia edilmiştir. Ciner'in Sabah Grubu bünyesinde yer alan gazete, dergi ve televizyon kanallarını yeni kurduğu "Merkez" adlı şirketlerle devralacağı belirtildi (Hürriyet Gazetesi, 03.09.2002). Bu dönemde Sabah Gazetesi'nde bu konu ile ilgili bir haber ya da açıklama yer almazken Ciner Grubu da bir açıklama yapmamıştır. Aynı tarihli Milliyet'te (03.09.2002) ise Ciner'in Cumhuriyet Gazetesi'ne %20 hissesini 2 milyon dolara alarak ortağı olduğu yer almıştır. Turgay Ciner, Cumhuriyet Gazetesi'nden Leyla Tavşanoğlu'na verdiği röportajın 23 Eylül 2002'de yayınlanan kısmında, Cumhuriyet'e yaptığı yatırımın Sabah'tan farklı olduğunu ve Cumhuriyet hisselerini almasının gazeteyi yaşatma amacı taşıdığını söyleyerek Cumhuriyet Gazetesi'ne ortak olduğunu doğrulamıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 23.09.2002).

Turgay Ciner'in Sabah Grubu'nun yönetimine geçmesinin ardından atılan ilk adım basında dağıtım tekelinin kırılması olmuştur. Sabah Grubu'nun basın dağıtım ağı olan Birleşik Basın Dağıtım (BBD), Doğan Grubu ile yapılan anlaşma sonrası YAYSAT ile birleşmiş ve tekel olmuştu. Sabah Grubu, Çukurova Grubu, Zaman Gazetesi ve Cumhuriyet Gazetesi başta olmak üzere bir araya gelen bazı basın kuruluşları anlaşarak BBD'yi yeniden aktif hale getirmiştir. YAYSAT'ın basın dağıtımındaki tekelini kırmıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 04.09.2002; Sabah Gazetesi, 04.09.2002). Ciner, Leyla Tavşanoğlu'na verdiği röportajda dağıtım tekelinin kırılması sonrası %40'a %60 gibi bir dağılım olacağını söylemiştir. Buna göre Doğan Grubu dağıtımın %60'ını Sabah Grubu dağıtımın %40'ını kontrol ediyordu (Cumhuriyet Gazetesi, 24.09.2002).

Dağıtım tekelinin kırılması ve Turgay Ciner'in Sabah Grubu'nun yönetimini ele geçirmesinin hemen ardından Turgay Ciner Sabah Gazetesi'nin künyesine de girmiştir. Künyede Dinç Bilgin, Bilgin Yayıncılık A.Ş. adına İmtiyaz Sahibi olurken Yayınlayan ve Marka Lisans Sahibi, Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. adına Turgay Ciner olmuştur (Sabah Gazetesi, 08.10.2002).

Turgay Ciner'in medya alanında bir diğer girişimi de Haziran 2003'de Marmara TV (MTV) kanalını satın almasıyla olmuştur. Ciner, MTV'yi yerel kanal statüsünde iken 4 milyon dolara satın aldı. Ciner, bir anlamda ortak olmadan direkt kendi mülkü olan medya grubu oluşturma çalışmalarının da ilk adımını atmıştır. Kanal daha sonra ulusal yayın

lisansı olarak ulusal yayın yapmaya başlamıştır. Milliyet'te yer alan bir habere göre ise Ciner MTV'yi satın aldığı gün ulusal yayın lisansı çıkmıştır. Milliyet, Ciner'in kanala ulusal yayın lisansı verileceğini bilerek satın aldığını iddia etmektedir ancak Ciner Grubu konu ile ilgili bir açıklama yapmamıştır (Milliyet Gazetesi, 04.06.2003). Marmara TV daha sonra isim değiştirerek önce Merkez TV adını aldı ve 2006 yılında da Kanal 1 adıyla yayınlarına devam etti.

Sabah Grubunda 18 Kasım 2003 günü önemli bir değişim yaşanmıştır. Grubun bütün medya varlıkları Turgay Ciner'in Merkez Grubuna 15 yıl süre ile kiralandı. Bir sonraki gün gazetede haber olarak da yer alan işlem gazetenin künyesine de yansımıştır. Gazeteyi Yayınlayan olarak Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. adına Turgay Ciner olmuştur. Künyede İmtiyaz Sahibi olarak Bilgin Yayıncılık A.Ş. adına Önay Şevket Bilgin yer almıştır. Yapılan lisans kiralama işlemine göre Ciner, Grubun karının %55'ini ya da yıllık cironun %6'sını (hangisi daha yüksekse ona göre ödeme yapılacak) TMSF'ye kira olarak ödeyecektir. Ödenecek kira miktarı hiçbir şekilde 10 milyon doların altında olmayacaktır (Sabah Gazetesi, 19.11.2003).

Sabah Grubu'nun satılacağı iddiaları üzerine Turgay Ciner'in "burada kiracıyım satılsa da çıkmam ve alıcı değilim" gibi açıklamalarından kısa bir süre sonra Sabah Grubu'nu satın almak için görüştüğü haberleri çıkmıştı. Anlaşmanın sağlandığı ise 31 Mart 2005'te duyuruldu. Milliyet (31.03.2005), Ciner'in 435 milyon dolara 10 yıl vadeli TMSF ile anlaşmasını duyurdu. 4 Mayıs günü ulusal basının tamamında Sabah-ATV'nin satışı haberleri yer aldı. Ciner, Sabah Grubu'nu 10 yıla yayılan bir ödeme planı ile 433 milyon dolara satın aldı. Gazetelerin künyeleri de satış işlemi sonrası revize edildi. Turgay Ciner, Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. adına Yayın Sahibi, Kenan Tekdağ Medya Grup Başkanı olarak künyeye girdi. Bir anlamda Turgay Ciner'in grubu satın almasıyla Türk basınında yer alan son gazeteci kökenli basın sahibi de tamamen medya alanından çıkmış oldu (Sabah Gazetesi, 04.05.2005; Hürriyet Gazetesi, 04.05.2005; Milliyet Gazetesi, 04.05.2005).

Ciner Grubu, 2007 yılının Nisan ayında kısa bir süre için de olsa medya alanından çekilmek zorunda kaldı. Ciner Grubu'na ait medya varlıklarına TMSF, 1 Nisan 2007 günü Turgay Ciner ve Dinç Bilgin arasında gizli anlaşma olduğu gerekçesiyle el koydu. TMSF, Ciner ve Bilgin arasında 12 Haziran 2002 ve 8 Ağustos 2002 tarihli iki gizli sözleşmenin olduğu ve bu sözleşmelerin TMSF'den gizlendiği gerekçesiyle Gruba el koydu. Gizli belgeleri Mart ayı içerisinde Dinç Bilgin'in TMSF'ye sunduğu belirtildi. 1 Nisan günü TMSF'nin Ciner Grubu'nun medya şirketlerine el koymasının ardından 2 Nisan'da bütün gazeteler bu olayı manşetten gördü. Hürriyet (02.04.2007) "Gizlenen Belge Ortaya Çıktı", Milliyet (02.04.2007) "TMSF Sabah'a El Koydu" ve Cumhuriyet (02.04.2007) "TMSF El Koydu" başlıkları ile çıktı. Sabah Gazetesi'nde olay ile ilgili bir haber yer almadı. 2 Nisan günü bu durum Sabah Gazetesi'nin künyesine de yansdı. Yayın Sahibi olarak Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. kalırken Turgay Ciner'in adı künyeden çıkarıldı. Medya Grup Başkanı Kenan Tekdağ'da künyeden çıkartılırken onun yerine TMSF'nin atadığı Medya Grup Başkanı Yavuz Onursal künyeye girdi (Sabah Gazetesi, 02.04.2007).

TMSF'nin el koyması sonrası Ciner Grubu hukuki mücadele başlattı. İlk olarak Menfi Tespit Davası açtı. Ciner Grubu'nun Menfi Tespit Talebi, 10. Asliye Ticaret Mahkemesi tarafından reddedildi ancak Ciner, hukuk mücadelesini sürdüreceğini belirtti. Ciner, yürütmeyi durdurma davası açtı (Sabah Gazetesi, 26.06.2007). TMSF, Ciner'in hukuk mücadelesi başlatmasının ardından 25 Haziran'da Merkez Grubu'nun şirket

hisselerini de devraldı. Bir anlamda yönetimine el koyduğu medya organlarının sahibi konumuna geldi (Milliyet Gazetesi, 25.06.2007). TMSF'nin hisseleri devraldığı gün İstanbul 6. İdare Mahkemesi Ciner'in yürütmeyi durdurma talebini reddetti (Sabah Gazetesi, 26.06.2007; Hürriyet Gazetesi, 26.06.2007). 6 Temmuz'da ise İstanbul Bölge İdare Mahkemesi, Ciner'in lehine karar vererek yürütmeyi durdurma kararı verdi. TMSF, hisseleri devralmasını gerekçe göstererek yönetimi Ciner Grubu'na devretmedi. TMSF Başkanı Ertürk, Ciner'e iade etmeyerek kamu adına varlıkların kaçırılmasını engellediklerini söyledi (Sabah Gazetesi, 07.07.2007). TMSF Başkanı Ertürk, el koyma işlemi sonrası yaptığı birçok açıklamada Grubu en kısa sürede satacaklarını söylüyordu. Satış ihalesinin nasıl olacağı ve Ciner'in doğrudan ya da dolaylı ihaleye katılıp katılmayacağı ile ilgili net bir bilgi vermeyen Ertürk, 8 Ağustos'ta Ciner'in ihaleye giremeyeceğini kesin olarak açıkladı. Ertürk, satış ihalesinin bir bütün olarak paket halinde gerçekleşeceğini de dile getirdi (Hürriyet Gazetesi, 08.08.2007). Ertürk'ün bu açıklamasının ardından Ciner Grubu medyadan çekilmek zorunda kaldı. Sabah ve ATV'yi Merkez Grubu adı altında işleten Ciner Grubu, kendi adını taşıyan yeni bir medya grubu ile yeniden medyaya dönene kadar medyadan çıktı.

TMSF, Eylül ayında Ciner Grubu ile anlaştı ve Sabah-ATV başta olmak üzere grubun medya varlıklarını satış işlemlerini başlattı. Anlaşmaya göre her iki tarafta açtığı davaları geri çekti. Turgay Ciner, 120 milyon dolar nakit para, Kanal 1'i, Radyo Marmara'yı, Forbes, Rolling Stones ve Marie Claire dergilerinin yanı sıra Sefaköy'deki stüdyo binaları, Bodrum'da bir arsa ve Fargo binasının yer aldığı gayrimenkulleri aldı (Sabah Gazetesi, 05.09.2007).

3.1.2. Ciner Medya Dönemi

Ciner Yayın Holding 14 Eylül 2007 tarihinde yani Ciner Grubu'nun TMSF ile Merkez Medya Grubu'ndan devralınan ürünler konusunda anlaşmasından 1 hafta sonra kuruldu. Ciner Grubu'nun TMSF ile yaptığı anlaşma ile gruba iade edilen Kanal 1 TV ve GD Dergicilik bünyesinde faaliyet gösteren Forbes, Rolling Stones ve Marie Claire dergileri Ciner Yayın Holding'in ilk medya varlıkları olmuştur. Grup belki de daha sonra kendilerinin o şekilde anılmasına neden olan bir alım işlemi gerçekleştirerek HaberTürk'ü satın aldı. Satış işlemi için Ciner Grubu, Güldemir ailesine 35 milyon dolar ödemiştir (Milliyet Gazetesi, 15.12.2007).

HaberTürk satın alındıktan sonra Ciner Grubu bünyesindeki Kanal 1'i eğlence, HaberTürk'ü de tematik haber kanalı olarak organize etmiştir. Altaylı, HaberTürk'ün alınması sonrası Turgay Ciner'in bir de gazete çıkartma düşüncesinde olduğunu dile getirdiğini ve kendisini bu iş için görevlendirdiğini belirtmiştir (Fatih Altaylı ile Ciner Medya Grubu üzerine yapılan söyleşi, 01.12.2016, Fatih Altaylı'nın HaberTürk binasındaki ofisi, İstanbul).

Ciner Grubu'nun bir gazete (HaberTürk) çıkartma çalışmaları yaptığını ilk duyuran kişi Fatih Altaylı oldu. Altaylı, kendi adını taşıyan blog-sitesinde 28 Mart 2008'de yazdığı yazısında bir gazete çıkartmak için çalışmalara başladıklarını, matbaa tesislerinin kurulumu ve yazı işlerinin oluşturulması çalışmalarına başladığı gibi bilgiler verdi (<http://www.fatihaltayli.com.tr> erişim tarihi: 14.12.2016). O dönemde Ciner Yayın Holding Yönetim Kurulu Üyesi olan Kenan Sönmez, Cumhuriyet'e verdiği röportajda Hürriyet Gazetesi ile rakip olacak bir gazete için çalışmalarının devam ettiğini ayrıca grup bünyesine yeni dergiler de katarak medyada güçlü bir konum elde etmek istediklerini söyledi (Cumhuriyet Gazetesi, 15.06.2008).

Ciner Grubu yeni bir gazete çıkartmak için yaptığı çalışmalarını 2009 yılı başında tamamladı. 1 Mart 2009 günü Türk basını yeni bir gazete kazandı. Ciner Grubu'nu çıkartmayı planladığı HaberTürk Gazetesi “gücü özgürlüğünde” sloganıyla çıktı. Gazete HaberTürk, Türk basının pek de alışık olmadığı bir boyda ve oldukça farklı bir formatta çıktı. Türk basınında hakim olan boyutlara nazaran daha küçük bir boyutta çıkan HaberTürk, ilk sayfası kuşe kağıt ve bütün sayfaları renkli olarak basılmıştır. Belki de HaberTürk'ün en önemli özelliği diğer gazetelerde sayfa adı olan Ekonomi, Spor, Magazin ve Şehir Eki ayrı bir gazete olarak basıldı. Gazetenin künyesinde Yayın Sahibi olarak Habertürk Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. adına Turgay Ciner yer aldı. Medya Grup Başkanı görevini Kenan Tekdağ üstlendi. Gazetenin ilk Genel Yayın Yönetmeni Fatih Altaylı oldu. Yayın Danışmanı Murat Bardakçı, Genel Yayın Yönetmen Yardımcısı Doğan Satmış, Yayın Koordinatörü Serdar Ali Çelikler, Dış Haberler Müdürü Soli Özel ve Ankara Temsilcisi Çiğdem Toker oldu (HaberTürk Gazetesi, 01.03.2009).

HaberTürk'ün ilk olarak yazar kadrosunda Fatih Altaylı, Özay Şendir, Murat Bardakçı, Doğan Satmış, Pakize Suda, Nihal Beginsu Karaca, Soli Özel, Güntay Şimşek, Cüneyt Toros, Abdurrahman Yıldırım, Yavuz Semerci, Yavuz Barlas ve Balççek İler (Pamir) gibi isimler yer aldı. Gazetenin 20. Sayfası editoryal sayfa olarak ayrıldı ve okurların göndereceği yazılar bu sayfada yayınlanmıştır. Genel Yayın Yönetmeni Fatih Altaylı da gazete henüz ilk haftasını doldurmadan “Hepiniz Yazarımızsınız” başlıklı bir yazı ile bu sayfayı duyurdu bir anlamda okurlardan yazı beklediklerini belirtmiştir (HaberTürk Gazetesi, 03.03.2009).

Haziran ayının son günlerinde Ciner Medya Grubuna Yiğit Bulut transfer oldu. Yiğit Bulut, Gazete HaberTürk'te köşe yazmaya başladı ve daha önce sunduğu “Sansürsüz” isimli programını da HaberTürk TV'ye taşıdı (HaberTürk Gazetesi, 26.06.2009). Bulut, HaberTürk bünyesinde iki ayı doldurmadan Ağustos ayında HaberTürk TV Genel Yayın Yönetmeni olarak görevlendirildi (HaberTürk Gazetesi, 13.08.2009).

2010 yılı Ciner Yayın Holding için bazı değişimler ve yenilikleri beraberinde getirdi. Grup bünyesindeki Kanal 1 kapatıldı. Kanal 1'in karasal yayın frekansı HaberTürk TV'ye verildi. Diğer önemli yenilik ise grup bünyesine yeni bir kanal katılmasıyla oldu. Dünyanın çeşitli ülkelerinde faaliyet gösteren ABD merkezli ekonomi kanalı Bloomberg TV ile yapılan ortaklık sonucunda Bloomberg HT kuruldu (HaberTürk Gazetesi, 28.01.2010).

Gazete HaberTürk yazarlarından Bekir Coşkun 2010 yılı Eylül ayında gazeteden ayrıldı. Bu ayrılık Ekonomi Politik anlamda bazı tartışmaları gündeme getirdi. Coşkun'un hükümet baskısıyla kovulduğu haberleri gündeme geldi. Bu haberlere Yavuz Semerci HaberTürk'teki köşesinden yanıt verdi. Semerci, Ciner'in baskı ile hareket edecek bir insan olmadığını ve Coşkun'u bir baskı ile değil istemediği için kovduğunu yazdı (HaberTürk Gazetesi, 24.09.2010).

2012 yılının ilk günlerinde HaberTürk Gazetesi'nin yazarlarından ve HaberTürk TV Genel Yayın Yönetmeni Yiğit Bulut'un işine son verildi. Son olarak 3 Ocak 2012 günü köşe yazısını yazan Bulut ile Ciner Yayın Holding bütün ilişkisini kesti. Yiğit Bulut'tan boşalan HaberTürk TV genel yayın yönetmenliği görevine Semih Kaya getirildi (HaberTürk Gazetesi 03.01.2012; <http://www.ensonhaber.com>).

Ciner Grubu, 2013 yılında bünyesine bir televizyon kanalı daha kattı. 17 Mayıs 2013 günü TMSF, Çukurova Grubu'nun bünyesinde yer alan Show TV'nin de aralarında bulunduğu şirketlere el koydu (Hürriyet Gazetesi, 18.05.2013). Ciner Yayın Holding,

TMSF'nin el koyması sonrası harekete geçerek Çukurova Grubu ile TMSF gözetiminde anlaştı ve Show TV'yi bünyesine kattı. 31 Mayıs günü yapılan anlaşma bir gün sonra gazetelerde yer aldı (HaberTürk Gazetesi, 01.06.2013). Rekabet Kurulunun da onay vermesiyle satış işlemleri 26 Haziran da tamamlandı. Ciner Grubu Show TV'yi satın aldıktan sonra Genel Yayın Yönetmeni görevine HaberTürk TV Genel Yayın Yönetmeni olan Semih Kaya getirildi (HaberTürk Gazetesi, 26.06.2013). Ancak şuan Ciner Yayın Holding'in kendi sitesinde Show TV'nin 18 Mayıs 2013'te kendilerine katıldığı belirtilmektedir. Show TV, Ciner Grubu bünyesine katılınca bazı değişimler yaşanmıştır. İlk olarak Show Ana Haber'i sunan Ali Kırca görevden alındı ve yerine HaberTürk'e Kanal 7'den transfer olan Erhan Çelik sunucu olarak atandı. Erhan Çelik daha sonra HaberTürk TV Genel Yayın yönetmenliği görevini de üstlenmiştir (Milliyet Gazetesi, 16.06.2013).

2014 yılı Ciner Medya Grubu için oldukça çalkantılı bir yıl olmuştur. Yılbaşında Fetullahçı Terör Örgütü'nün (FETÖ) emniyet ve istihbarata sızdırmış olduğu adamları aracılığıyla yaptığı bazı dinlemeler internet üzerinden servis edilmeye başlandı. Servis edilen kayıtlarda Ciner Grubu yöneticileri ve iktidar kanadı arasında yapılan görüşmeler yer alıyordu. Bu kayıtlarda Ciner Grubu'ndan en fazla adı geçenler ise Turgay Ciner, Yönetim Kurulu Başkanvekili Fatih Saraç ve Fatih Altaylı idi. Turgay Ciner'in direkt bir ses kaydı yayınlanmazken adının geçtiği bazı kayıtlar nedeniyle özellikle Takvim ve Sabah gazeteleri Turgay Ciner ve sahibi olduğu medya kuruluşlarını FETÖ üyesi olmakla suçlayan yayınlara başladılar. Sabah Gazetesi (15.01.2014) 15 Ocak günü "Korku İmparatorluğu" başlıklı manşet haberinde Ciner'in FETÖ hakkında kötü bir şeyi gazetesinde çıkartmayacağı sözü verdiği iddia ediliyor ve bu iddialar iki FETÖ üyesinin konuşmalarına dayandırılmıştır. Aynı haber o tarihte çıkan Takvim Gazetesi'nde de yer almıştır (Takvim Gazetesi, 15.01.2014). Takvim Gazetesi'nin 17 Ocak'taki manşeti ise FETÖ üyelerini tanımlamak için yeni bir kelime ortaya çıkarttı. Takvim "Ananas Group" manşeti ile çıktı (Takvim Gazetesi, 17.01.2014). Takvim, daha sonra Ciner Medya Grubu'nu Ananas medyası olarak tanımlamıştır. Bu süreçte Fatih Altaylı "Ananas Yiyenlerin Karnı Mı Ağrıyor" başlıklı yazısında ne kendisinin ne de yönetmekte olduğu gazetenin böyle bir yapı içinde olmayacağını belirtmiştir (HaberTürk Gazetesi, 25.01.2014). Takvim Gazetesi'nin Ciner Grubu için FETÖ üyesi suçlamaları yaklaşık bir ay sürdü. Bu anlamda Takvim Gazetesi, FETÖ üyesi olan milletvekili Hakan Şükür'ün ABD gezisinden sonra İstinye Park alışveriş merkezine gitmesini Ciner'e örgütten mesaj getirdi iddiasıyla manşet haber yaptı (Takvim Gazetesi, 30.01.2014). Sabah Gazetesi ve Takvim Gazetesi Ciner'i ve sahibi olduğu medyayı FETÖ üyesi olarak suçlamayı bırakmasından kısa bir süre sonra Ciner Grubu bünyesindeki yatırımların reklamları bu gazetelerde basılmaya başlandı. Sabah'ta yaklaşık 6 ay boyunca belirli aralıklarla 2 tam sayfa reklam yayınlanmaya devam etti. Takvim, Hürriyet ve Milliyet gibi gazetelerde Sabah'a nazaran daha az reklamlar yer aldı. Ciner hakkındaki suçlayıcı yayınların sonlanmasında reklam vermenin etkisi var mıdır elbette bu bilinmez.

Servis edilen konuşma kayıtlarının ikinci dalgasında ise Ciner Grubu'nun hükümet tarafından yönetildiği izlenimi oluşturmaktadır. HaberTürk Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Fatih Altaylı, kayıtların yayınlandığı günlerde Cüneyt Özdemir'in CNN Türk'te yayınlanan 5N 1K programına katılarak kayıtlara ve iddialara yanıt verdi. Yayınlanan kayıtlar 3 önemli parçadan oluşmaktadır. Bunlardan ilki seçim anketi ile ilgili olan kayıttı. Cüneyt Özdemir'in sorusu üzerine Altaylı, anket sonuçlarının aynen yayınlandığını söyledi. Kayıtlarda yer alan şeylerin tam olarak gerçeği yansıtmadığını ve konuşmaların kesilip montajlandığını belirtti (<http://tv.cnnturk.com> erişim tarihi:

09.12.2016). Altaylı'nın katıldığı 5N 1K programı yayınlanmadan önceki günlerde de ilk olarak 7 Şubat günü yazdığı yazıda yayınlanan bantların montaj olduğunu iddia etti (HaberTürk Gazetesi, 07.02.2014). Bir sonraki gün ise HaberTürk'te yayınlanan anket sonuçları ve o dönem yapılmış diğer anketlerin sonuçlarını içeren bir yazı yazdı. Altaylı, bir anlamda kayıtlarda yer alan manipülasyon yaptığı iddialarını yalanlayan deliller sundu (HaberTürk Gazetesi, 08.02.2014). Bir diğer kayıt ise, gazetenin sağlık sayfasında çıkan bir haber ve sonrasında yaşananlar oluşturmaktadır. Sağlık sayfasında Ceyda Erenoğlu imzasıyla İstanbul baskısında çıkan bir haberde çocuğu hastaneye kabul edilmeyen bir babanın feryadı yer almaktadır. Bu haberin komple sağlık sistemini eleştiren bir başlık ile yer alması sebebiyle bu haberde adı geçen muhabir ve editörlerin kovulmuştur (Fatih Altaylı ile Ciner Medya Grubu üzerine yapılan söyleşi, 01.12.2016, Fatih Altaylı'nın HaberTürk binasındaki ofisi, İstanbul). Son kaydı ise, Gezi Parkı eylemleri döneminde Devlet Bahçeli'nin yapmış olduğu açıklamaların alt yazı olarak geçmesi ve Tayip Erdoğan'ın Fatih Saraç'ı arayarak o yazı akışını kaldırmasını istemesi oluşturmaktadır. 11 Şubat'ta Erdoğan, yaptığı bir açıklamada Fas'tan aradığını doğrulamıştır (Hürriyet Gazetesi, 12.02.2014).

Haber Türk Gazetesi 5. Yılına tamamladı ve ilk çıktığı günden itibaren Genel Yayın Yönetmenliği görevini sürdüren Fatih Altaylı, Mart ayının sonunda görevi bıraktı. Altaylı, görevi bırakacağını 29 Mart günü köşesinden duyurdu. Altaylı, Turgay Ciner ile 5 yıllık sözleşme yaptıklarını ve 5 yıl dolmasına rağmen yerel seçimler olduğu için bir ay gecikme ile istifasını sunduğunu ve köşe yazılarının devam edeceğini yazdı (HaberTürk Gazetesi, 29.03.2014). Altaylı'nın görevi bırakmasının ardından Selçuk Tepeli Genel Yayın Yönetmeni oldu (HaberTürk Gazetesi. 01.04.2014).

Selçuk Tepeli'nin Genel Yayın Yönetmeni olmasından sonra gazetenin yazı işleri kadrosunda önemli değişiklikler yaşanmıştır. Gazetenin yazar kadrosuna Muhsin Kızılkaya, Fehmi Kuru ve Ruşen Çakır katılmıştır. Altaylı (Fatih Altaylı ile Ciner Medya Grubu üzerine yapılan söyleşi, 01.12.2016, Fatih Altaylı'nın HaberTürk binasındaki ofisi, İstanbul) ise gazetede bu değişimin zannedilenden daha fazla olduğunu altını çizdi ve kendisi ile yapılan özel görüşmede: "...hatırlarsan Cüneyt'in programında ben bırakırsam yazı işlerinde çalışan birçok arkadaşım işinden olur demiştim. Ben genel yayın yönetmenliğinden istifa ettikten sonra yakın çalışma arkadaşlarımdan üst ve orta düzeyde 50-60 kişi kovuldu" diyerek gazetenin yazı işlerinde yaşanan değişimi dile getirmiştir.

Gazete HaberTürk'te 2014 yılında yaşanan bir diğer önemli olay da gazetenin bir anlamda kurucusu olan Fatih Altaylı'nın köşe yazılarının kaldırılması olmuştur. Cumhuriyet Gazetesi (08.11.2014), Altaylı'nın 8 Kasım'da son köşe yazısını yazdıktan sonra uzun bir tatile çıktığını duyurdu. Altaylı o yazısında üçüncü hava limanının inşaatının başlamamasını konu alan bir eleştiri yazısı yazmıştı. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Türkmenistan gezisi sırasında yaptığı bir açıklamada "Hazımsızlık çok kötü. Oturdu mu bir daha halledemezler. Onun için bunların ani, acil operasyona ihtiyacı var" dedi. Altaylı, bu açıklama sonrasında yaşanan süreci şöyle anlatmaktadır:

...Bu açıklama üzerine Ciner Medya Grup Başkanı Kenan Tekdağ beni aradı ve bir süre yazı yazmamamı ve birikmiş iznimi kullanmamı söyledi. Ben de Kenan Bey 1 ay izin kullanayım dedim. Bu sürede Güney Asya ve Güney Amerika'ya kızımın bir gezi yaptık. Kenan Bey'in teklifi üzerine bu geziyi de yazı dizisi olarak yazdım yayınlandı. ...benim izin süresi dolunca tekrar Kenan Bey'e gittim ve bizim köşe ne oldu diye sordum bekle dedi. Bir anlamda bizim köşe kaldı öyle. ...Ben böyle devam edip gideceğini düşündüm ve Turgay Bey'e gittim bana yazı yazdırılmıyor dedim. Yazdırmamakta özgürsünüz, ...İsterseniz işi bırakayım sorun değil dedim. Yok, yazarsın yakında dedi ama bizim köşe bir türlü başlamıyor. Bu arada Turgay Bey bana sen spor yazsana dedi. ...Daha sonra Ekonomi Müdürü Yavuz Barlas otomobil yazar mısın abi dedi.

Spor ve oto yazmaya başladım. ...Bir gün Kenan Bey'e tekrar gittim ve köşeyi sordum yine Kenan Bey de biliyorsun Davutoğlu Başbakan oldu dedi. ...Senin Davutoğlu ile problemlerin var sen bir süre yazma dedi. Böylece bizim köşe kalkmış oldu (Fatih Altaylı ile Ciner Medya Grubu üzerine yapılan söyleşi, 01.12.2016, Fatih Altaylı'nın HaberTürk binasındaki ofisi, İstanbul). Dedi.

Bu çalışmanın ilgi alanına giren bir diğer tartışma konusu da Gazete HaberTürk yazarlarından Muhsin Kızılkaya'nın 7 Haziran 2015 genel seçimlerinde milletvekili adayı olması ve adaylığı sürecinde yazılarına devam etmesi olmuştur. Altaylı (Fatih Altaylı ile Ciner Medya Grubu üzerine yapılan söyleşi, 01.12.2016, Fatih Altaylı'nın HaberTürk binasındaki ofisi, İstanbul), Muhsin Kızılkaya'nın seçim döneminde köşe yazılarına devam etmesi ve yazılarının çıktığı sayfada seçim çalışmalarına genişçe yer verilmesini: "Sonuna kadar yanlıs bir hareketti. Ben genel yayın yönetmeni olsaydım böyle bir şeye asla izin vermezdim. Tarafsızlık diye bir şey kalmadı Muhsin köşeyi hatta o sayfayı seçim kampanyası için kullandı. Bu doğru değil. Gazete parti ya da daha doğrusu milletvekilinin sözcüsü konumuna geldi. Benim onayladığım bir şey değildi" şeklinde değerlendirmiştir.

Sonuç

Basın toplumun bilgi ve haber alma ihtiyacından doğmuş ve bu anlamda kamusal bir görev icra etmeyi amaçlamıştır. Basın, ilk çıktığı günden itibaren çeşitli değişim ve dönüşümler yaşamış ve bugün bir işletme, sahibine artı değer kazandıran bir kurum halini almıştır. Bir anlamda basın kamusal görevini arka plana bırakarak daha çok ticari bir meta işlevi görmeye başlamıştır. Ticari bir meta olarak basın, kısa sürede büyük yatırımcıların (holdinglerin) ilgisini çekmiştir. Kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler basını çok daha etkin bir konuma getirmiş ve bu da basını yatırım yapılabilir hale getirmiştir. Özellikle radyo ve televizyon teknolojisi ile birlikte ortaya çıkan yeni alan –medya-holdinglerin kontrolünde bir iş kolu haline gelmiştir.

Bu çalışma Türk medyasının 1980 sonrası yaşamış olduğu değişimi ve sahiplik yapısındaki Ekonomi Politik dönüşümü Ciner Yayın Holding örneğinden hareketle incelemeye çalışmıştır. Bu doğrultuda Türk basınının sahiplik yapısındaki Ekonomi Politik değişim ve dönüşümü derinden etkileyen 1980 yılı başlangıç olarak alınmıştır. Ciner Grubu'nun medya alanına ilk girişi olan 2000 yılından bugüne yaşanan değişimler gazete haberleri ve köşe yazıları incelenerek, özel görüşmeler yapılarak ve konu ile ilgili literatür taraması yapılarak araştırılmıştır.

Bu çalışmanın kuramsal dayanağını Eleştirel Ekonomi Politik yaklaşım içerisinden doğan Araçsal Ekonomi Politik yaklaşım oluşturuyor. Araçsal Ekonomi Politik yaklaşım temelde medyanın sahiplik yapısına ve kontrol ilişkilerine odaklanır. Medyanın büyük sermaye gerektiren bir iş alanı olduğu Araçsal yaklaşım tarafından kabul edilmektedir. Bu anlamda Araçsal yaklaşımı temel alarak çalışmalar yapan araştırmacılar medyanın büyük holdinglerin tekelinde olduğunu iddia ederler. Bir anlamda medyanın pazar yapısının tekel olduğu varsayımı söz konusudur. Araçsal yaklaşımın savunusuna göre medya alanında tekel olmasa da alanda olan oyuncu sayısı sınırlıdır ve alana giriş kolay değildir. Bir anlamda medya küçük bir kapitalist toplumun kontrolünde haber ve bilgi akışı sağlamaktadır. Bu anlamda medya seçkinlerinin çıkarlarını zedeleyecek bir durum medyada yer alamamaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde de görüldüğü gibi bugün Türk basını holdingleşmiş ve bir anlamda küçük bir grubun, bir elin parmaklarını geçmeyecek kadar az sayıda holdingin kontrolünde hareket eden bir yapıya bürünmüştür. Türk basını hem var olan sahiplik düzeni ile hem de bu sahiplerinin çıkarlarını korumayı amaçlayan yaygın politikalarıyla Araçsal ekonomi politik yaklaşımı doğrular bir profil sergilemektedir.

Çalışmanın ilk dönemi olan Merkez medya döneminde Grubun yönetimini Ciner Grubunun alması sonrası yaşanan süreç medyanın Ekonomi Politik koşullara göre şekillendiği anlamında örnekler yer almaktadır. 2002 yılında Turgay Ciner'in Bilgin ailesinden medya organlarını kiralayınca Sabah Gazetesi yazarlarının çoğu “Ciner ile daha güçlü olduklarını ve borçlarını ödeme yeteneği kazandıklarını” yazdılar. Yine aynı şekilde 2005 yılında Turgay Ciner başta Sabah ve ATV olmak üzere grup bünyesindeki medyaları satın alınca Sabah'ın neredeyse bütün köşe yazarları “Sabah'ın artık eski Sabah olmadığı” vurgusu ön plana çıkan yazılar yazdı. Bunlara benzer şekilde 2007 yılında TMSF'nin gruba el koyması sonrası yer alan köşe yazıları ve haberler dönemin Ekonomi Politik koşullarına göre şekillendiği görülmektedir. TMSF'nin gruba el koymasından kısa bir süre sonra grup bünyesindeki çalışanların çoğu (köşe yazarı, muhabir vs.) Ciner'in yeni kurduğu medya grubunda çalışmak için istifa ettiler.

Ciner Grubu, 2007 yılında elinde bulunan medya organlarına TMSF'nin el koyması ve başka bir girişimciye satması sıfırdan yeni bir medya grubu kurdu. Kurulan bu yeni medya grubu genel olarak eski grupta (Sabah Grubu) çalışan gazetecilerden oluştu. Bir anlamda Ciner Grubu'nun geçmiş dönemde medya sahibi olması alanda var olmalarına kolaylık sağlamıştır. Bu durum çalışmanın varsayımları içerisinde yer alan medyada sınırlı sayıda yatırımcı olduğu tezini doğrulamaktadır. Ciner Grubunun alana yeni bir oyuncu olarak girmemiş bir anlamda geçmiş dönemdeki konumunu kullanmıştır. Sabah Grubu döneminde olduğu gibi HaberTürk döneminde de yer alan haberler ve köşe yazıları dönemin ekonomi politik koşullarına göre şekillenmiştir. Bu anlamda en fazla göze çarpan nokta ise sahibine artı değer kazandırma öngörüsüdür. Keza grup bünyesindeki medya organları haber ve yazılarında grubun diğer işlerinin de reklamını yapan bir görünüm içerisinde. Bu anlamda grubun yatırımlarını tanıtan köşe yazıları ya da bir yatırımı duyuran tam sayfa hatta içeride iki sayfa boyunca yer alan haber görünümlü duyurular yer almaktadır.

Çalışmanın varsayımlarından birisi olan “Türk medyasının holdingleştiği ve Ekonomi Politik anlamda sahibinin çıkarları doğrultusunda yayın yaptığı” bu çalışma ile doğrulanmıştır. Bugün Türk medyası yatay, dikey ve çapraz entegrasyonu sağlamış birer holdingler topluluğu şeklindedir. Türk medyasının tamamı holdinglerin bünyesinde yer alan bir şirket konumundadır. Medyanın çok büyük paralarla yatırım yapılan bir alan olması geçmiş dönemde var olan klasik basın sahipliğini ortadan kaldırmıştır. Bir anlamda mesleğin içinden gelen yani gazeteci kökenli patronlar ortadan kalkmıştır. Çalışma bu anlamda oldukça önemlidir. Çünkü Ciner Grubu klasik basın sahibi diye tabir edilen iki ayrı basın girişimini satın alarak alanda var olmuştur.

Ciner Medya Grubu'nun Ekonomi Politik yaklaşım çerçevesinde incelendiği bu çalışmada, Türk medyasının haber ve bilgi akışını gerçekleştirirken Ekonomi Politik sahiplik yapısını ve çıkar grupları ile olan ilişkilerini göz önüne aldığı varsayımını doğrular sonuçlara ulaşılmıştır. Bu anlamda medyada yer alan haber, köşe yazıları ya da radyo ve televizyon için hazırlanan içerikler bu çıkar gruplarının hassasiyetine göre düzenlenmektedir. Bir anlamda medya çıkar grupları ile ilgili haberlerde çıkar gruplarının isteyeceği şekilde haber ve bilgi akışı yapılmaktadır. Çıkar grupları sadece medya sahipleri değildir. Bu anlamda siyasal elitler, reklam verenler, belirli bir yaptırım gücü olan herhangi bir grup medya mesajlarını etkileyebilmektedir.

Kaynakça

- Adaklı, Gülseren (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Aksoy, Metin (2009). Medya Savaşları, Ed: Korkmaz Alemdar, *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 610-617.
- Aras, Özlem (2008). *Türk Basınında Mülkiyet ve Sahiplik Yapısı Bağlamında Özelleştirme Uygulamaları: Ciner Medya Grubu*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Barjonet, Andre (1967). *Ekonomi Politik Nedir?*, Çev. Erdoğan Başar, Anadolu Yayınları.
- Demir, Sevtap (2013). *Türkiye’de 2001 Yılı Sonrasında Medya İktidar İlişkileri ve Gazetecilik Pratiklerine Yansımaları*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Fung, Anthony (2006). *Medya Ekonomisinin Politikası ve Medya Politikasının Ekonomisi: Kısa Bir Bakış*, Çev. Levent Yaylagül, Ed: Levent Yaylagül Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası, Ankara: Dalbaz Yayıncılık, 31-60.
- Garnham, Nicholas (2008). Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma Mı Boşanma Mı?, Çev. Sevilay Çelenk, Ed: Sevilay Çelenk, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, Ankara: De Ki Yayınevi, 115-129.
- Golding, Peter ve Murdock, Graham (2014). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik, Ed: Süleyman İrvan, *Medya, Kültür, Siyaset*, Ankara: Pharmakon Yayınevi, 49-75.
- Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramları Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Herman, Edward ve Chomsky Noam (2006). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, Çev. Ender Abadoğlu, İstanbul: BGST Yayınları.
- Herman, Edward ve Chomsky, Noam (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*, Çev. Berfu Akyoldaş, İstanbul: Minerva Yayınları.
- Kaya, A. Raşit (2009). *İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Kellner, Douglas (2008). Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi Politik, Çev. Hakan Ergül, Ed: Sevilay Çelenk, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, Ankara De Ki Yayınevi, 147-172.
- Kılıçatan, E. Pınar (2011). *Türk Medyasında Dönüşüm ve Değişen Sahiplik Yapısı Sabah Grubu Örneğinde Tarihsel Bir İnceleme*, Konya: Literatürk Yayınevi.
- Kurban, Dilek ve Sözeri, Ceren (2012). *İktidar Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller*, İstanbul: TESEV Yayınları.
- Öztekin, Hülya (2008). Haber Üretim Sürecinde Medyanın Ekonomi Politikası: Star Gazetesi Örneği, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 32, 129-144.
- Shoemaker, Pamela ve Reese, Stephen D. (2014). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, Ed: Süleyman İrvan, *Medya, Kültür, Siyaset*, Ankara: Pharmakon Yayınevi, 97-132.

- Sönmez, Mustafa (2014). Düünden Bugüne Türkiye’de Medyanın Ekonomi Politığı, Ed: Savaş Çoban ve Esra Arsan, *Medya ve İktidar Hegemonya, Statüko ve Direniş*, İstanbul: Evrensel Kültür Kitapları, 86-102.
- Sözeri, Ceren (2014). Dönüşen Medya Değişmeyen Sorunlar, Ed: Savaş, Çoban ve Esra Arsan, *Medya ve İktidar Hegemonya, Statüko ve Direniş*, İstanbul: Evrensel Kültür Kitapları, 70-85.
- Tellan, Tolga ve Güngör, Nazife (2009). Türk Basınında Tekelleşme ve Oligopolleşme, Ed: Korkmaz Alemdar, *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 330-346.
- Toruk, İbrahim (2008). *Gutenberg’den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye’de Haber Siteleri*, Konya: LiteraTürk Yayınları.
- Tuncel, Hakan (1994). Bab-ı Ali’den İkitelli’ye, *Birikim Dergisi*, 64, 33-38.
- Uzun B. (1 Aralık 2016) *Fatih Altaylı ile Söyleşi*, Fatih Altaylı’nın Haber Türk’teki Ofisi, İstanbul.
- Zürcher, Eric J. (2013). *Modernleşen Türkiye’nin Tarihi*, Çev. Yasemin Saner, İstanbul: İletişim Yayınları.

İnternet Kaynakları

- Altaylı Fatih (2016) “Gazete”. <http://www.fatihaltayli.com.tr/kose-yazilari/2008/03/28/gazete> (erişim tarihi: 14.12.2016).
- Ciner Grubu; <http://www.cinergroup.com.tr/genel>(erişim tarihi: 2.04.2016)
- Ciner Grubu; <http://www.cinergroup.com.tr/genel> (erişim tarihi: 30.07.2018)
- En Son Haber; <http://www.ensonhaber.com/haberturk-tvye-yeni-genel-yayin-yonetmeni-2012-10-09.html> (erişim tarihi: 26.12.2016).
- Medyatava; <http://www.medyatava.com/tiraj> (erişim tarihi: 12.03.2016)
- TMSF; <http://www.tmsf.org.tr/2016.tr?bid=195> (erişim tarihi: 12.04.2016)
- Wikipedia; https://tr.wikipedia.org/wiki/Kanal_1 (erişim tarihi: 12.04.2016)
- 5N 1K CNN Türk; <http://tv.cnnturk.com/video/2014/02/11/programlar/5n1k/fatih-altayli-5n-1ka-konuk-oldu-5n-1k-10-02-2014/2014-02-10T1930/index.html> (erişim tarihi: 09.12.2016).

EK-1: Türkiye’de Medyaya Hakim Olan Medya Grupları³

Şirket	Medya Şirketleri	Diğer Sektörler
Demirören Grubu	<p>Gazete: Milliyet, Vatan, Hürriyet, Posta, Fanatik, Hürriyet Daily News Basım: Media Print Center Dağıtım: Yaysat Radyo: Radyo D, Slow Türk, CNN Türk Radyo Televizyon: Kanal D, Euro D, Kanal D Romanya, CNN Türk Dijital Platform: D Smart Online Hizmetler: milliyet.com, vatan.com, milliyet.tv, skorer.com, milliyetmlak.com, fanatik.com, hürriyet.com, hürriyetdailynews.com, hürriyetaille.com, mahmure.com, hürriyetmlak.com, hürriyetoto.com, yenibiriş.com, ekolay.net, kanald.com, cnntürk.com, bipara.com Haber Ajansı: Demirören Haber Ajansı (DHA)</p>	<p>Enerji: Milangaz, Oto Milangaz ve Milan Petrol Sanayi: Demirören Ağır Metal, Parsat Piston, MS Motor Servis, D-Mermer Turizm: Kemer Country, Kemer Country Club, Kemer Country Hotel, Demirören İstiklal palas AVM İşletmeciliği: Demirören İstiklal İnşaat: Lidya Yapı, Lidya Flats, Seyhan Park Evleri Liman İşletmeciliği: Zeyport, Dolfen İskelesi Eğitim: Ata Eğitim Kurumları</p>
Doğuş Grubu	<p>Televizyon: Star TV, NTV, Kral TV, Kral Pop TV, Euro Star (PHU TV) Radyo: NTV Radyo, Kral World, Kral FM, Kral Pop Online Hizmetler: ntv.com, ntvspor.net, vagueTürkiye.com, GQTürkiye.com phutv.com Dergi: Vague Türkiye, GQ Türkiye</p>	<p>Otomotiv: Doğuş Otomotiv İnşaat: Doğuş İnşaat, Ayson, Teknik Mühendislik, Doğuş Gayrimenkul Turizm: D Resort, Antur, Maçka Palas, Park Grand Hyatt, Martim Hotel, D Hotel Marmaris, Antur Alanya, Grand Azur Marmaris, D Resort Göcek Enerji: Doğuş Enerji, Boyabat, Artvin Barajı ve Hidroelektrik Santrali, Aslancık Elektrik Üretim A. Ş. Yeme-İçme: Nusr-et, Adile Sultan Sarayı, Borsa Restaurant, 29 Çubuklu, Kiva, Armani Ristorente, Deli Monti, eat.stop, Kebapçı Etiler ve D.ream markaları Perakende: Gucci, in4out, Kiko Milano, Eleventy, Crate&Barel E-Ticaret: N11,</p>
Turkuvaz Grubu (Zirve Holding Kalyon Grubu)	<p>Gazete: Sabah, Takvim, Yeni Asır, Fotomaç, Sabah Avrupa, Sabah USA, Daily Sabah, Fikriyat Dergi: İşte insan, Sarı Sayfalar, Caferuj, Tekno kulis, Oto haber, Home, Sofra, Forbes, Şamdan, Cosmopolitan, Para, Global Enerji, Bazaar, House Beautiful, Aktüel, Cosmopolitan bride, Bebeğim, Esquize, Cosmo girl Televizyon: ATV, A haber, A spor, Yeni Asır TV, ATV Avrupa, Minika, Radyo: Radyo Turkuvaz, A Spor Radyo, Vav Radyo Basım&Dağıtım: Turkuvaz Matbaacılık, Turkuvaz Dağıtım Kitap ve Yayıncılık: Turkuvaz Kitapçılık Yayıncılık Sanayi A.Ş. D&R Kitap, İdefix Kitap</p>	<p>Enerji: Kalen Enerji Elektrik Üretimi A.Ş. İnegöl Gaz Dağıtım Sanayi ve Ticaret A.Ş. İnşaat: Kalyon İnşaat</p>
Türk Medya	<p>Gazete: Akşam, Güneş, Star Dergi: Alem, Platin Televizyon: 24 TV, 360 TV, TV 4 Radyo: Alem FM, Lig Radyo Matbaa: Star Matbaacılık</p>	
Ciner Grubu	<p>Televizyon: HaberTürk TV, Bloomberg HT, Show TV Radyo: HaberTürk Radyo, Bloomberg HT Radyo Yapım: C Yapım Matbaa: HaberTürk Matbaacılık Online Hizmetler: habertürk.com, bloomberght.com, showtv.com</p>	<p>Enerji ve Maden: Park Termik, Park Teknik, Eti Soda, Silopi Elektrik Üretimi, Park Toptan Elektrik Enerji Satışı, Konya İlgin Elektrik, Kazan Soda Elektrik Ticaret, Sanayi ve Hizmetler: Park Elektrik, Park Tıp Sağlık, Eti Hava Taşımacılığı A.Ş., Havaş, Lares Park Hotel, DENMAR, Park Sigorta, Park İnşaat, Park Cam, Park Holding Denizcilik: Ciner Denizcilik, Ciner Gemi, Park Denizcilik</p>

³ Bu tablo oluşturulurken medya gruplarının internet sitelerinden yararlanıldı.

Albayrak Grubu	<p>Gazete: Yeni Şafak Televizyon: TVNET, Tempo TV Dergi: Gerçek Hayat, Derin Tarih, Lokma, Nihayet Dergi, Derin Ekonomi, Cins, Skyroad, Bilge Çocuk, Kırmızı Beyaz Online Hizmetler: yenişafak.com, english.yenişafak.com, arabic.yenişafak.com, tvnet.com, gzt.com, dergilik.com, gazetemanşet.com, derintarih.com, Reklam: Reklam Piri Dağıtım: Birlikte Dağıtım</p>	<p>İnşaat: Albayrak GYO, Albayrak İnşaat Sanayi: Tümosan Traktör ve Motor Fabrikası, Kademe Araç Üstü Ekipmanları, Ereğli Entegre Tekstil, Varaka Kağıt Lojistik: Trabzon Limanı, Mogadishu Limanı, Albayrak Araç Kiralama, Albayrak Servis (Personel taşıma)</p>
Burak Akbay	<p>Gazete: Sözcü, AMK, Korkusuz Online Hizmetler: sözcü.com amk.com, korkusuz.com, sözcükitebevi.com Kitabevi: Sözcü Kitabevi</p>	<p>Sanayi: Planet sistem Dişli Kutuları ve Redaktör Ticaret Ltd. Şti. İnşaat: FC Yapı İnşaat Ltd. Şti.</p>
İhlas Grubu	<p>Gazete: Türkiye Gazetesi Televizyon: TGRT Haber TV, TGRT Belgesel TV Radio: TGRT FM Haber Ajansı: İhlas Haber Ajansı (İHA) Online Hizmetler: türkiyegazetesie.com, iha.com, tgrthaber.com, netgazete.com, ihlassondakika.com, yemekzevki.com, mavikadin.com Reklam ve Pazarlama: İhlas Medya Planlama ve Satın Alma</p>	<p>İnşaat: İhlas İnşaat Holding, İhlas Gayrimenkul Proje Geliştirme, Armutlu Tatil ve Turizm İşletmeleri, Kuzuluk Kaplıca Sağlık Turizmi, Gaziosmanpaşa Kentsel Dönüşüm Projesi (GOP) Üretim ve Ticaret: İhlas Pazarlama, İhlas Ev Aletleri, KPT Lojistik Şifa Yemek Sağlık: Türkiye Hastanesi Eğitim: İhlas Koleji</p>
Acun Ilıcalı	<p>Televizyon: TV 8, TV 8.5 Online Hizmetler: tv8.com, acunn.com Yapım: Acun Medya Prodüksiyon ve Reklam Hizmetleri A.Ş. Onsekiz Reklam Prodüksiyon Medya Yapımevi A.Ş. Sekiz Prodüksiyon ve Reklam A.Ş. MNG Reklam Pazarlama ve Prodüksiyon A.Ş.</p>	<p>Havacılık: A F Havacılık Denizcilik: A F Yat İşletmeciliği ve Turizm A.Ş. E-Ticaret: MNG Sanal Ürün Pazarlama Sanayi ve Dış Tic. A.Ş.</p>
Beyaz İletişim A. Ş.	<p>Televizyon: Kanal 7, Ülke TV, TVT, Kanal 7 Avrupa Radio: Radyo 7, Radyo Home, Ülke Radyo Online Hizmetler: haber7.com, izle.com, haber7emlak.com Pazarlama: Mepa Medya</p>	<p>Meslek ve Sanat Eğitim Kursları: İstanbul (İsmek), Bursa (Busmek), Kocaeli (Ko-mek), Sakarya (Samek), İnegöl (İnesmek), Keçiören (Keçmek), Isparta (Ismek), Odunpazarı (Omek), Gençlik Merkezleri: Lise Ders Takviye Kursları, Üniversite Hazırlık Kursları ve Okuma-Yazma Kursları</p>
Bein Medya	<p>Televizyon: Bein Sports, Bein Sports Haber, Dijital Platform: DijiTürk Online Hizmetler: digitürk.com, beinsports.com, digiturkplay.com</p>	Bein Media Group
Fox Grubu	<p>Televizyon: Fox TV, Fox Life, National geographic Chanel, Baby TV, 24Kitchen</p>	News Corporation